

Eliana Virgínia Vieira de Melo

**PERSUASÃO NAS IMAGENS GENERIFICADAS NOS JOGOS
ONLINE INFANTIS DO PORTAL CLICKJOGOS**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Santa Catarina, para a obtenção do grau de Doutor em Ciências Humanas.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Joana Maria Pedro (UFSC)

Coorientadora: Prof^ª. Dr^ª. Marinês Ribeiro dos Santos (UTFPR)

Florianópolis
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Melo, Eliana Virgínia Vieira de
PERSUAÇÃO NAS IMAGENS GENERIFICADAS NOS JOGOS ONLINE
INFANTIS DO PORTAL CLICKJOGOS / Eliana Virgínia Vieira de
Melo ; orientadora, Joana Maria Pedro ; coorientadora,
Marinês Ribeiro dos Santos. - Florianópolis, SC, 2015.
250 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa
de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas.

Inclui referências

1. Ciências Humanas. 2. Retórica da Imagem. 3. Jogos
online. 4. Gênero. 5. Crianças. I. Pedro, Joana Maria. II.
Santos, Marinês Ribeiro dos . III. Universidade Federal de
Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar
em Ciências Humanas. IV. Título.

Ata de defesa original

A meu pai Carlos Mário, *in memoriam*,
minha mãe Maria Carlos, meus irmãos
Carlos Mário Filho e Francisco Leonardo
sempre presentes em meu caminho,
mesmo que em lembranças no coração.
Com eles, aprendi o valor de amar. Ao
meu filho Lucas Ian, que dá a
oportunidade de doar o amor que recebi.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus, meu eterno guia. A Maria Carlos Vieira de Melo e Carlos Mário Vieira de Melo (*in memoriam*) pela paciência, doação incondicional, presença contínua e infalível, pelas palavras doces, fraternas, incentivadoras e edificadoras de uma vida toda. Aos meus irmãos, Carlos Mário Vieira de Melo Filho e Francisco Leonardo Vieira de Melo, pelo apoio e generosidade. A Ana Claudia de Carvalho Vieira de Melo, pelo apoio à distância e longas conversas de estímulo quando tudo parecia desmoronar. A Leila Patrícia Carvalho pelo apoio, acolhimento e longas conversas regadas a coca-cola zero nos momentos de finalização do texto. Ao Mário Vinícius, João Leonardo e Maria Patrícia, pelo carinho familiar. Ao Lucas Ian, por ter sido toda a razão deste estudo. A D. Cidinha e seus companheiros de caminhada em ajuda ao próximo e a Tertuliano, Helena e Joaquim, pelas intervenções e orações por minha família.

A todos os amigos dinterianos: Aline Brandão, Socorro Santos, Raquel Goldfarb, Valquíria Bezerra, Maria José Batista, Marlesson Rêgo, Samarone Lima, companheiros de longos estudos, angústias e alegrias, e em especial à generosidade dos amigos Sérgio Guimarães e sua esposa Juliana Andrade, pela atenção dispensada a mim e minha família durante a nossa estada em Florianópolis, Silvio Sérgio, pelas alegrias e doses de ânimo, Beatriz Alves, pelo carinho e atenção contínuos, Fátima Moreira, constantemente solícita e amiga, Jamille Ouverney-King, sempre preocupada com nosso bem estar e sempre munida de palavras carinhosas e Célia Braga, pelo especial companheirismo.

Aos professores de Curso Superior de Tecnologia do Design Gráfico, Silvio Pena, Josinaldo Barbosa, Rejane Rêgo, Eduardo Fernandes, Maria das Graças Vanderlei, Patrícia Travassos, Gutenberg Barros e Felipe Breyer, pela compreensão e apoio irrestrito, em especial às Professoras Elizete Coelho e Ana Maria Costa, pelo apoio e auxílio durante a escrita de tese. Agradeço o entendimento e apoio dos estudantes do curso, que me ajudaram a desenvolver pontos de interdisciplinaridade entre as áreas de Design Gráfico e de estudos de gênero.

Meus agradecimentos à CAPES, pela oportunidade do DINTER e pela concessão de bolsa para a realização do estágio doutoral em Florianópolis/SC. Especial agradecimento à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), pela possibilidade de acesso ao Programa de Doutorado DICH. Às professoras Velda Martins e Carla Eugênia, pelo apoio irrestrito durante a realização das aulas, no campus Vitória de Santo Antão, e aos estagiários, especialmente Karla Kedma e Enilma

Almeida. Aos professores Verônica Rodrigues, Ana Patrícia Falcão e Sandro Bezerra, e a Jaqueline Raquel, pelo empenho para a realização do DINTER. Aos professores que se empenharam em realizar as aulas no campus Vitória de Santo Antão, Alexandre Vaz, Carmen Rial, Cristina Wolff, Eunice Nodari, Joana Maria Pedro, João Lupi, Júlia Guivant, Luiz Fernando Scheibe, Luzinete Minella, Marcos Montysuma, pelas palavras de incentivo e por nos fazer saber que podíamos mesmo ser como “bichos de ruma”, Miriam Grossi, Sandra Caponi, Selvino Assmann, João Lupi, pela hospitalidade e carinho, e Teresa Kleba. Obrigada a todos pelas doações intelectuais e momentos festivos ímpares.

Agradecimento especial à Professora Joana Maria Pedro, que me instigou, incentivou e compartilhou seus conhecimentos e experiências desde o princípio e me fizeram enveredar por, para mim, novos caminhos dos estudos de Gênero e à Professora Marinês Ribeiro dos Santos, por acreditar junto conosco que este caminho poderia ser trilhado. Às Professoras coordenadoras, Janine Gomes da Silva, Cristina Wolff, Joana Maria Pedro e estudantes participantes do Laboratório de Estudos de Gênero e História (LEGH) da UFSC, que me acolheram com carinho nas reuniões do laboratório, sempre com discussões enriquecedoras. À equipe da secretaria do DICH da UFSC, em especial a Jerônimo, sempre a postos diante de nossas necessidades acadêmicas burocráticas. Aos Professores que compuseram a banca do Exame de Qualificação, Luiz Ernesto Merkle e Cristiani Bereta da Silva, pela doação e compartilhamento de valiosos conhecimentos e experiências profissionais para validação desta pesquisa, com críticas e sugestões oportunas.

Meus agradecimentos ao DAFG/IFPE, ao Professor Valbérico Cardoso, e a Juliana Andrade, pelo apoio dispensado e à Professora Dra. Núbia Frutuoso, pelo acompanhamento e atenção. À Escola Bem-me-Quer, na pessoa da Professora Carla Correia, pela atenção dispensada no início deste estudo.

Meus sinceros agradecimentos a todas e todos que contribuíram com gestos simples de generosidade, de educação e de simpatia e assim abriram caminho para que eu prosseguisse e finalizasse mais uma etapa profissional e de vida.

Não sei se a vida é curta ou longa para nós, mas sei que nada do que vivemos tem sentido, se não tocarmos o coração das pessoas. Muitas vezes basta ser: colo que acolhe, braço que envolve, palavra que conforta, silêncio que respeita, alegria que contagia, lágrima que corre, olhar que acaricia, desejo que sacia, amor que promove.

E isso não é coisa de outro mundo, é o que dá sentido à vida. É o que faz com que ela não seja nem curta, nem longa demais, mas que seja intensa, verdadeira, pura enquanto durar. Feliz aquele que transfere o que sabe e aprende o que ensina.

Cora Coralina

RESUMO

Este trabalho se dedica a análises das linguagens gráficas pictóricas utilizadas nas imagens ilustrativas dos cenários dos jogos online infantis no portal ClickJogos. Atualmente, é um dos websites brasileiros mais requisitados pelas crianças e adolescentes e é especializado na disponibilização de jogos digitais na área de mídia de entretenimento virtual na Internet. As análises encontram-se embasadas, principalmente, nas teorias de gênero, na historicização dos movimentos feministas em relação às novas tecnologias, na revisão dos estudos referentes ao entretenimento infantil virtual e nos modos de persuasão visual nas imagens, remetendo aos estudos da retórica visual. Com estes aportes teóricos, fizemos uso de algumas figuras retóricas visuais como parâmetros e instrumentos de análise, com o intuito maior de evidenciar as práticas dos usos de gênero. Identificamos simetrias e assimetrias nas relações de gênero nas imagens gráficas pictóricas, que possibilitam a interação das crianças, através da jogabilidade, dos modos de jogo e das ações dentro dos jogos online infantis. Levamos em conta os códigos visuais morfológicos, cromáticos e tipográficos que compõem as imagens ilustrativas dos cenários e personagens dos jogos. Como resultado, encontramos ocorrências de diferenças acentuadas no tratamento destes códigos imagéticos dos jogos prescritos “para meninas” pelo portal ClickJogos em relação aos jogos sem prescrição, considerados aqui como “universais”. Neste estudo, que contribui com áreas de Ciências Humanas e Design, fica constatada a exigência de atenção especial, por parte de profissionais nas áreas de produção de jogos digitais infantis, em relação às projeções de linguagens gráficas pictóricas que contemplem as simetrias de gênero, promovendo entendimentos seminais destas questões desde a infância. Sem dúvida, os jogos digitais podem ser instrumentos poderosos de informação para a disseminação das questões de gênero, e de minimização de preconceitos.

Palavras-chave: Retórica visual, imagem, jogos online, gênero, crianças.

ABSTRACT

This paper aims at analyzing Pictorial and Graphic Languages used as illustrations for children's online game scenarios on ClickJogos website. Nowadays, this website is one of Brazilian's favorite and specialized in making digital games available, each time more requested by children and teenagers when it comes to virtual entertainment media in the Internet. The analysis are mainly supported by gender theories, historicizing feminist movements in relation to new technologies, reviewing studies concerned with children virtual entertainment and visual persuasion in images, which is connected with visual rhetoric studies. Based on this theoretical framework, we made use of some visual rhetoric images as parameters and analysis tools in order to make gender practices visible. Then we identified gender symmetries and asymmetries in the graphic images that allow children's interaction with the game and its playability, the ways the game is played and actions within the children's online games. We considered the morphological graphic indexes, chromatic and typographic that form the scenario's and the character's illustrations in the games. As results we have evidence that there are accentuated differences in the treatment for imagery codes in games prescribed as "for girl" by the ClickJogos website in relation to games that have no gender indication, considered as "universal". In this paper, which contributes to areas such as *Human Sciences* and Design, we emphasize the special attention on the children's digital online games production end and by the professionals in relation to Pictorial Graphic specific Languages that allow for gender symmetries, promoting inspiring understanding of such matters every since childhood. No doubt, digital online games may be powerful information tools in the work of disseminating gender matters and minimizing bias.

Keywords: Visual rhetoric, image, online games, gender, children.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Página inicial do Portal corporativo ClickJogos com visualização vertical completa. Disponível em http://ClickJogos.com.br . Acesso em 10/05/2013.....	39
Figura 2 - Página inicial do Portal corporativo do ClickJogos com destaque para o <i>menu</i> esquerdo lateral (no círculo em azul). Disponível em < http://www.ClickJogos.com.br/ >. Acesso em 16/12/2014.	41
Figura 3– Tela de classificação geral dos jogos por ordenação e período em que eles são acessados dos jogos. Acesso em: 15/05/2014.	42
Figura 4 - Quantificação da audiência por região demográfica, idade, escolaridade, sexo e classe social. Disponível em < http://zigon.com.br/wp-content/uploads/2013/06/midia_kit_Click_Jogos_2013marco.pdf >. Acesso em 21/04/03/2014.....	43
Figura 5 – Página inicial da categoria “Jogos de Meninas” onde pode ser observado o tratamento cromático dos hyperlinks dos jogos online todos em um tom rosa. Disponível em < http://www.ClickJogos.com.br/jogos-de-meninas/ >. Acesso em 22/04/2014.....	44
Figura 6– Exemplo de seis jogos do ClickJogos. Ícones com hyperlink e descrição fazem a indicação de jogos com hyperlinks em vermelho para os jogos sem prescrição (os quatro primeiros da esquerda para direita) e jogos com prescrição para meninas com hyperlinks em cor rosa (os dois últimos da direita).	45
Figura 7 – Página inicial da categoria “Jogos de Agilidade” onde pode ser observado o tratamento cromático dos hyperlinks dos jogos online em vermelho e em rosa. Acesso em 15/05/2014.	46
Figura 8– Três dos quatro jogos com hyperlinks em cor rosa, classificados como “jogos de meninas” na categoria “Futebol”. Estão apresentados aqui na ordem de visualização dos mais populares. Selecionados em 13/05/2014.	57
Figura 9 – Exemplo de três indicações de jogos, das 264 indicações de jogos que contém hyperlinks em cor vermelha na categoria “Futebol. Selecionados em 13/05/2014.....	57
Figura 10 – Tela inicial do jogo Soccer for Girls. http://ClickJogos.uol	58
Figura 11 – Tela inicial do jogo Roby Baggio - Magical Kicks. http://ClickJogos.uol.com.br/Jogos-online/Meninas/Soccer-For-Girl . Acessado em 14/05/2014.	60
Figura 12– Tela inicial da seção “Agilidade”. Acessado em 15/05/2014.	61
Figura 13– Tela <i>ingame</i> de O jogo mais difícil do mundo. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Puzzle/O-Jogo-Mais-Dificil-Do-Mundo >. Acessado em 14/05/2014.	62
Figura 14 – Tela <i>ingame</i> do jogo Bob Esponja – A corrida do fantasma holandês. Disponível em http://www.clickjogos.com.br/jogos/bob-esponja-a-corrida-do-fantasma-holandes . Acessado em 16/05/2014.	63

Figura 15 – Tela <i>ingame</i> do jogo Free Running. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Agilidade/Free-Running/#FreeRunning >. Acessado em 16/05/2014.	63
Figura 16 – Tela <i>ingame</i> do jogo Sami’s Nail Studio. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Meninas/Samis-Nail-Studio >. Acessado em 16/05/2014.	64
Figura 17 – Tela <i>ingame</i> do jogo Caroline goes to school. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/caroline-goes-to-school >. Acessado em 16/05/2014.	64
Figura 18 – Tela <i>ingame</i> do jogo Pet-Grooming Studio. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Meninas/Pet-Grooming-Studio/# >. Acessado em 16/05/2014.	65
Figura 19 - Esquema de classificação da linguagem (TWYMAN, 1979).....	68
Figura 20 - Tela onde há o menu vertical lateral esquerdo e o horizontal superior de navegação do Portal. Disponível em http://www.ClickJogos.uol.com.br/ . Acesso em 07/06/06/2014.....	102
Figura 21 – Embalagem e conteúdo da boneca Papinha, da marca Estrela. Disponível em http://anacaldatto.blogspot.com.br/2013/03/boneca-papinha-da-estrela-decada-70.html . Acesso em 13/06/06/2014.	112
Figura 22 - Tela com o menu vertical lateral esquerdo e os primeiros doze hyperlinks com tratamento cromático em tons de verde. Disponível em < http://www.jogosdemeninas.com.br/ >. Acesso em 14/06/2014.....	114
Figura 23 - Tela inicial do hyperlinks do menu “Barbie” na classificação de visualização inicial dos jogos mais populares. Disponível http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos-da-barbie/mais-populares . Acesso em 14/06/06/2014.....	116
Figura 24 - Tela <i>ingame</i> do jogo “Barbie – Minha Casa”. Disponível http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos-da-barbie/mais-populares . Acesso em 14/06/06/2014.	116
Figura 25- Tela inicial do hyperlinks “Moda” na classificação de visualização inicial dos jogos mais populares. Disponível http://www.jogosdemeninas.com.br/	117
Figura 26– Anúncio impresso de revista dos produtos Pazani. (BARTHESE, 1990).....	121
Figura 27– Figura retórica de Repetição presente no <i>ingame</i> do jogo Mustache Time. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/mustache-time/# >. Acesso em: 15/12/12/2014.	132
Figura 28– Figura retórica de Rima presente no <i>ingame</i> do jogo Baby Hazel – New Year Bash. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/baby-hazel-new-year-bash/# >. Acesso em: 15/12/2014.	133
Figura 29– Figura retórica de Acumulação presente no <i>ingame</i> do jogo Creator Islands - Lego. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/creator-islands-lego/ >. Acesso em: 15/12/2014.	133
Figura 30– Figura retórica de Emparelhamento presente no <i>ingame</i> do jogo Fashion Salon Slacking. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/ >.....	134

Figura 31 – Figura retórica de Antanáclase presente no <i>ingame</i> do jogo Mirror Makeover. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Meninas/Mirror-Makeover/ >. Acesso em: 15/12/2014.	135
Figura 32 – Figuras retóricas de Elipse e Circunlocução presentes no <i>ingame</i> do jogo Fashion Studio – Ice Queen Outfit. Disponível em < http://www.	136
Figura 33 – Figuras retóricas de Dubitação e Tautologia presentes no <i>ingame</i> do jogo Amazing Pajamas Dress Up. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Meninas/Amazing-Pajamas-Dress-Up/ >. Acesso em: 15/12/2014.	137
Figura 34 – Figura retórica de Hipérbole presente no <i>ingame</i> do jogo Sports Heads Football Championship. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/sports-heads-football-championship >. Acesso em: 15/12/2014.	139
Figura 35 – Figura retórica de Alusão presente no <i>ingame</i> do jogo Zombowling. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/zombowling >. Acesso em: 15/12/2014.	139
Figura 36 – Figura retórica de Metonímia presente no <i>ingame</i> do jogo Ginger Car Cleaning. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/ginger-car-cleaning/# >. Acesso em: 15/12/2014.	140
Figura 37 – Figura retórica de Perífrase presente no <i>ingame</i> do jogo Crosswalk. Disponível em http://www.clickjogos.com.br/jogos/crosswalk/ . Acesso em: 15/12/2014.	140
Figura 38 – Figura retórica de Trocadilho presente no <i>ingame</i> do jogo Tightrope Theatre. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/tightrope-theatre/# > Acesso em: 15/12/2014.	141
Figura 39 – Figura retórica de Inversão presente no <i>ingame</i> do jogo Skuba. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/scuba/# > Acesso em: 15/12/2014.	141
Figura 40 – Figura retórica de Hendíadis presente no <i>ingame</i> do jogo The Wizard. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/the-wizard > Acesso em: 15/12/2014.	142
Figura 41 – Figura retórica de Assíndeto presente no <i>ingame</i> do jogo Bubble Shooter. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Puzzle/Bubble-Shooter/ > Acesso em: 15/12/2014.	143
Figura 42 – Figura retórica de Anacoluto presente no <i>ingame</i> do jogo Sonic Pacman. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Sonic-Pacman/# > Acesso em: 12/2014.	144
Figura 43 – Figura retórica de Antimetábole presente na tela <i>ingame</i> do jogo Loved Monsters. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/loved-monsters > Acesso em: 15/12/2014.	145
Figura 44 – Tela do cenário <i>ingame</i> do jogo Ellie Wedding Prep e padrão cromático utilizado. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/ellie-wedding-prep >. Acesso em 12/09/2014.	150
Figura 45 – Tela do cenário <i>ingame</i> do jogo Princess Cake Cooking e padrão cromático utilizado. Disponível em: <	

http://www.clickjogos.com.br/jogos/princess-cake-cooking >. Acesso em 12/09/2014.....	151
Figura 46 – Tela do cenário <i>ingame</i> do Jogo Cute Baby Daycare 2 e padrão cromático utilizado. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/cute-baby-daycare-2 >. Acesso em 12/09/2014.....	151
Figura 47– Tela do cenário <i>ingame</i> do Jogo Italian Cup 3D 2014 e padrão cromático utilizado. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/italian-cup-3d-2014/ >. Acesso em 12/09/2014.....	152
Figura 48 – Tela do cenário <i>ingame</i> do Jogo Pixel Quest – The Lost Idol e padrão cromático utilizado. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/pixel-quest-the-lost-idol/ >.....	152
Figura 49 – Tela do cenário <i>ingame</i> do jogo Avatar – A Batalha dos Desbravadores e padrão cromático utilizado. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/avatar-batalha-dos-dobradores/ >. Acesso em 12/09/2014.....	153
Figura 50 – Mistura aditiva de cores (modelo RGB).....	153
Figura 51 – Tela <i>splash</i> do jogo Super Mário Flash. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-eAventura/ >.....	156
Figura 52 – Tela <i>splash</i> do jogo Fashionista Hidden Objects. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/fashionista-	157
Figura 53 – Nomenclatura das partes das formas dos tipos, neste caso, com serifa (NIEMAYER, 2006, p. 34).	160
Figura 54 – Nomenclatura dos tipos quando dispostos em linha lado a lado (NIEMAYER, 2006, p. 34).....	160
figura 55– Iniciais das letras “G”, “T” e “P” das iluminuras de <i>Scriptores historiae Augustae</i> , Milão: Philippus de Lavagnia, 1475 (Sp Coll Hunterian Ds.2.6-7) (Sp Coll Hunteriano Ds.2.6-7). Disponível em: < http://www.gla.ac.uk/services/incunabula/ > Acesso em: 22/09/2014.....	161
Figura 56 – Sequência de imagens com perfis visuais para demonstrar que palavras escritas são como rostos (SPIEKERMANN, 2011, p. 44, 46, 48 e 50).	161
Figura 57– Sequência de três imagens com perfis visuais para demonstrar que palavras escritas são como rostos (SPIEKERMANN, 2011, p. 98, 100 e 102).	162
Figura 58 – <i>Splash</i> e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Tattoo Passion 2. Disponível em: < http://www.jogosdemeninas.com.br/ >.....	164
Figura 59 – <i>Splash</i> e sequência de telas com os tipos utilizados Ashley’s Kitchen Skill. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/ashleys-kitchen-skill >. Acesso em 14/09/2014.....	166
Figura 60 – <i>Splash</i> e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Little Baby Care. Disponível em: < http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos/little-baby-care >. Acesso em 15/09/2014.....	167
Figura 61 – Tela <i>ingame</i> do jogo Little Baby Care no desafio da troca de fraudas de bebês. Disponível em: < http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos/little-baby-care >. Acesso em 15/09/2014.....	169

Figura 62 – <i>Splash</i> e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Sports Heads Football Championship 2014/2015. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/sports-heads-football-championship-20142015 >. Acesso em 15/09/2014.	171
Figura 63 – Tela com os tipos sem serifa utilizados no jogo Sports Heads Football Championship 2014/2015. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/sports-heads-football-championship-20142015 >. Acesso em 15/09/2014.	172
Figura 64 – <i>Splash</i> e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Pixel Quest. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/pixel-quest-the-lost-idols >. Acesso em 15/09/2014.	174
Figura 65 – <i>Splash</i> e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Dragon Ball Perfect Hit. Disponível em: < http://www.clickjogos.com.br/jogos/dragon-ball-perfect-hit >. Acesso em 15/09/2014.	176
Figura 66 – Tela inicial geral de acesso para outros jogos da série Papa Louie Arcade. Disponível em http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Papas-Burgeria/ . Acesso em 08/10/2014.	179
Figura 67 – Sequência de telas iniciais promocionais das marcas da série de jogos Papa Louie Arcade e do seu desenvolvedor.	180
Figura 68 – Tela de acionamento do jogo Papa's Burgeria.	180
Figura 69 – Tela de seleção do <i>slot</i> para continuação do jogo Papa's Burgeria.	181
Figura 70 – Tela de inclusão de identificação da criança para continuação do jogo Papa's Burgeria.	181
Figura 71 – Tela de seleção de personagem para o jogo Papa's Burgeria.	182
Figura 72 – Telas iniciais promocionais das marcas da série de jogos Papa Louie Arcade e do desenvolvedor.	183
Figura 73 – Tela da “Estação de Grelhados” (<i>Grill Station</i>), onde a carne é preparada no jogo Papa's Burgeria.	186
Figura 74 – Tela da “Estação de Montagem” (<i>Build Station</i>), onde o sanduiche é montado, no jogo Papa's Burgeria.	186
Figura 75 – Sequência de telas do jogo <i>Papa's Burgeria</i> com exemplos de personagens não jogáveis que determinam parte da jogabilidade.	188
Figura 76 – Personagem Big Pouty do jogo Papa's Burgeria.	189
Figura 77 - Tela <i>splash</i> do jogo Burger Cooking Academy.	190
Figura 78 - – Tela <i>ingame</i> de preparação da carne para posterior montagem do sanduíche do jogo Burger Cooking Academy. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/burger-cooking-academy/ > Acesso em: 22/09/2014.	192
Figura 79 - A figura retórica de Anacoluto presente na tela <i>ingame</i> do jogo Burger Cooking Academy. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/burger-cooking-academy/ > Acesso em: 22/09/2014.	193
Figura 80 A figura retórica de Anacoluto presente na tela <i>ingame</i> do jogo Burger Cooking Academy. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/burger-cooking-academy/ > Acesso em: 22/09/2014.	195

Figura 81 – Logotipo do jogo Burger Cooking Academy e sequência da paleta de cores utilizada na forma e contraforma tipográfica.	196
Figura 82 – Tela <i>splash</i> do jogo Garage Rush e paleta de cores do jogo. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/ > Acesso em: 10/10/2014.	200
Figura 83 – Tela <i>splash</i> do jogo Garage Rush. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/ > Acesso em: 11/10/2014.	200
Figura 84– Sequência de telas do jogo Garage Rush em que o personagem masculino surge em cena e auxilia a protagonista em momentos diferentes. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/ >. Acesso em: 11/10/2014.	202
Figura 85 – Tela do jogo Garage Rush com painel de alternativas de ações. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/ > Acesso em: 11/10/2014.	205
Figura 86 - Tela <i>splash</i> do jogo Goodgame Café. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/ > Acesso em: 15/10/2014.	208
Figura 87 - Tela secundária onde o/a jogador/a pode escolher seu personagem de acordo com o sexo. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/ > Acesso em: 15/10/2014.	210
Figura 88 - Tela do cenário <i>ingame</i> do jogo Goodgame Café. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/ > Acesso em: 15/10/2014.	213
Figura 89 – “Mercado” como um espaço de convivência entre personagens no jogo Goodgame Café. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/ > Acesso em: 15/10/2014.	213
Figura 90 – Sequência de telas do jogo Goodgame Café. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/ > Acesso em: 12/10/2014.	217
Figura 91 – – Uso tipográfico na tela de premiações do jogo Goodgame Café. Disponível em < http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/ > Acesso em: 15/10/2014.	218

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Quantificação de indicação de jogos online de dez categorias na página inicial do ClickJogos. Dados contabilizados em 12/5/2014.	56
Quadro 2 – Tipos de relações oriundas da combinação entre as proposições de forma e conteúdo (DURAND, 1970, p. 74).	130
Quadro 3 – Tipos de relações oriundas da combinação entre as proposições de forma e conteúdo (DURAND, 1970, p. 75).	131

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UOL – Universo Online

NCSA – Centro Nacional para Aplicações em Supercomputadores

FTP – *File Transfer Protocol*

AOL – *America Online*

IG – *Internet Group*

NZN – *No Zebra Network*

UEG – Universidade Estadual de Goiás

ROI – Return on Investment (Retorno sobre o Investimento)

ROA – Return On Assets (Retorno sobre o Ativo)

ROE – ROE - Return on Equity (Retorno sobre o Patrimônio Líquido)

ROS – ROS - Return on Sales (Retorno sobre Vendas)

MMORPG – *Massively* ou *Massive Multiplayer Online Role-Playing Game* ou *Multi massive online Role-Playing Game* (jogo de interpretação de personagens *online* e em massa para múltiplos jogadores).

RGB – Red, Green and Blue (Vermelho, Verde e Azul)

EPI – Equipamentos de Proteção Individual

NPC – *Non-Player Character* (Personagem não jogável)

TICs – Tecnologias da Informação e da Comunicação

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	25
1.1 ORIGENS E PROPÓSITOS DA PESQUISA	25
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	31
1.3 PERCURSOS METODOLÓGICOS	33
2 ORGANIZAÇÃO DAS BRINCADEIRAS NO PORTAL CLICKJOGOS	37
2.1 INICIANDO O JOGO	37
2.1.1 Sistema visual nos jogos online	48
2.2 TEMAS COMO ESTRATÉGIA DE GÊNERO NA CLASSIFICAÇÃO DOS JOGOS	53
2.2.1 Imagens como discursos virtualizados	67
3 MULHERES E MENINAS NAS NOVAS TECNOLOGIAS	73
3.1 AS RELAÇÕES DE GÊNERO NOS JOGOS ONLINE INFANTIS	73
3.1.1 Afluências das teorias, movimentos e lutas feministas e de mulheres	77
3.2 AS MULHERES E AS NOVAS TECNOLOGIAS	82
4 JOGOS DE MENINAS, PROJEÇÕES DE MULHERES	91
4.1 AS TÊNUES DIFERENÇAS ENTRE JOGOS, BRINCADEIRAS E BRINQUEDOS	92
4.2 REPRESENTAÇÕES DE FEMINILIDADES E MASCULINIDADES NOS ARTEFATOS LÚDICOS INFANTIS - PORTAL CLICKJOGOS	95
4.3 BRINCADEIRAS, BRINQUEDOS TRADICIONAIS E OS JOGOS VIRTUAIS	105
5 RETÓRICA VISUAL DE ELEMENTOS GRÁFICOS DIGITAIS COMO FATORES RETÓRICOS NOS USOS DE GÊNERO	120
5.1 ORIGENS DA RETÓRICA VISUAL	120
5.2 RETÓRICA PUBLICITÁRIA E OS JOGOS ONLINE DO CLICKJOGOS	126
5.3 FIGURAS DE PERSUAÇÃO VISUAL	128
5.4 SISTEMAS CROMÁTICOS COMO ELEMENTOS DE PERSUAÇÕES DE GÊNERO	146
5.5 SISTEMAS TIPOGRÁFICOS COMO ELEMENTOS DE PERSUAÇÕES DE GÊNERO	155
5.6 CROMATISMOS E TIPOGRAFIAS COMO ELEMENTOS PERSUASIVOS NAS RELAÇÕES DE GÊNERO	162

6 RETÓRICA VISUAL DE GÊNERO NOS JOGOS DE “COZINHAR” E “ADMINISTRAR”	177
6.1 PERSUASÃO DE GÊNERO NOS JOGOS CULINÁRIOS DO CLICKJOGOS	178
6.1.1 O tema “Cozinhar” como universal	178
6.1.2 O tema “Cozinhar” para meninas	189
6.2 PERSUASÃO DE GÊNERO NOS JOGOS DE ADMINISTRAR DO CLICKJOGOS	198
6.2.1 O tema “Administrar” para meninas	198
6.2.2 O tema “Administrar” como universal	207
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	220
REFERÊNCIAS	226

1 INTRODUÇÃO

1.1 ORIGENS E PROPÓSITOS DA PESQUISA

Mamãe, eu não quero mais que minha língua seja cor-de-rosa. Quero que ela seja azul, porque ‘rosa’ é cor de menina! (Lucas Ian, 4 anos, 2008).

Através de narrativa própria, meu filho Lucas expressava um desejo quando voltava de um dia corriqueiro de aula em sua escola, a Bem-Me-Quer. A princípio, como mãe, acreditava que aquele “pedido” era consequência de um comportamento comum às crianças no âmbito escolar, pautadas nas descobertas e identificações corporais próprias e no início do reconhecimento do “outro”, com base na diferenciação biológica percebida. Era “natural”. Isto porque, à época, eu ainda comungava da crença comum, que considera que o sexo biológico percebido é fruto unicamente do domínio de uma seleção do processo de reprodução dos corpos. Começava a desconfiar que, o que parecia ser “natural”, estava mais ligado às criações e construções sociais assimiladas na escola e, extensivamente, em casa.

Com dois anos de assiduidade na mesma escola, sempre acompanhei com proximidade as atividades individuais e em grupo ministradas no ensino infantil: dentre outras, realizavam desenhos, pinturas, parlendas, histórias em quadrinhos, brincadeiras, jogos, assim como os que são utilizados com o auxílio de aparatos eletrônicos, como computadores *desktop* (pessoais de mesa) ou *notebooks*. O interesse pelos jogos eletrônicos por parte de Lucas e de seus colegas de escola chamou minha atenção e, a partir das constatações destas relações sociais que envolvem estes dispositivos, é do interesse desta pesquisa evidenciar como se dá a construção do “natural” através dos jogos online.

No caso da escola que Lucas estudava, a Bem-Me-Quer, localizada no Recife, Pernambuco, e já em 2008, os jogos eletrônicos eram trabalhados didaticamente em uma sala específica - no Laboratório de Informática. Já havia também a utilização da Internet e *websites* de buscas como ferramenta de pesquisa educacional e o uso de alguns jogos online. Ademais, estas práticas educacionais costumeiramente encontravam uma extensão no nosso espaço doméstico, inclusive os jogos eletrônicos disponíveis na Internet através de *websites* especializados. Por este motivo, minha intenção inicial era a de trabalhar

esta pesquisa com os denominados *Serious Games*, jogos educacionais online infantis, e as relações de gênero apresentadas em suas imagens. Porém, pesquisá-los nos espaços educacionais em conjunto com o *habitus* doméstico constituiria um *corpus* de pesquisa considerável e que desprenderia mais tempo que o destinado a um doutoramento.

Lucas, hoje com 10 anos de idade, permanece ainda acessando inúmeros jogos online infantis de sites que costumava acessar na escola para fins didáticos. Assim, concentrei minhas ponderações em suas preferências de entretenimento digital e em *websites* de jogos que ele e amigos da mesma idade mais acessavam. Um dos mais acessados por eles é o Portal ClickJogos. Questionados informalmente por mim sobre o motivo pelo qual acessavam com mais frequência este Portal, responderam que a quantidade de diferentes tipos de jogos o torna interessante e, principalmente, porque há jogos que costumemente os entretêm em outras plataformas (como tablets e videogames) fazendo do computador uma extensão destas plataformas às quais eles já estão habituados a jogar. Um exemplo de jogo da moda atualmente é o Minecraft¹, que pode ser jogado no notebook, no tablet e em videogames portáteis.

Como profissional da área do Design Gráfico, entendo a importância das imagens também para o aprendizado infantil de forma lúdica, associativa e socializante. Profissionalmente, em ocasiões anteriores, havia trabalhado com o desenvolvimento de jogos veiculados por aparatos eletrônicos – mais especificamente na área de gestão – e, academicamente, iniciado estudos na área de criatividade e desenvolvimento de novas alternativas para esse tipo de jogos².

Em virtude deste doutoramento, tive a oportunidade de aprofundar meus estudos na área de Gênero através de leituras e discussões sobre o tema, sob a orientação das Professoras Dra. Joana Maria Pedro³ e Dra. Marinês Ribeiro dos Santos⁴, bem como participei

¹ Desenvolvido pela empresa Mojang, o Minecraft é um jogo eletrônico em estilo *sandbox*, jogado em primeira pessoa e simula um mundo virtual em três dimensões todo constituído por blocos, semelhante ao tradicional brinquedo LEGO. Estes blocos são a matéria prima nas construções dos ambientes do jogo e representam os elementos orgânicos e inorgânicos do ambiente criado, podendo ser retirados ou recolocados em todos os lugares da paisagem.

² MELO, Eliana V. V. **Aplicação de Técnicas de Exploração do Espaço Criativo ao Design de Jogos Digitais**. 2008. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.

³ Doutora em História Social pela Universidade de São Paulo. Pós-Doutorado na França. Université d'Avignon. Atualmente Professora Titular do Curso de Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas – UFSC, Pró-Reitora de Pós-Graduação em Pesquisa da UFSC.

de estudos realizados nas disciplinas do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas e nas reuniões no LEGH⁵. Assim, enriquecedora foi a oportunidade de atualizar e construir novos conhecimentos sobre a temática da história das mulheres e das relações de gênero.

Desta forma, o que era suposição, multiplicou-se em descobertas e novas possibilidades de pesquisa. Aquelas práticas lúdicas, realizadas na escola de meu filho e que permanecem em seus hábitos cotidianos de entretenimento, funcionam como dispositivos que moldam o corpo e direcionam as subjetividades que, na criança, ainda se encontram em processos de formação inicial. Isso acontece, com frequência, através de elementos verbais e não verbais, como materiais impressos e multimidiáticos dotados de formas e mensagens visuais e que produzem circunstâncias concretas de simetria ou assimetria nas relações de gênero.

Ao vincular meus conhecimentos profissionais aos estudos acadêmicos na área de gênero, surgiu um fio condutor para a formalização e construção de um caminho interdisciplinar. Observava mais de perto a tecnologia virtual dos estudos em Design para jogos eletrônicos frente aos estudos de gênero e história das mulheres, inseridas nas práticas dos modos de jogo online como entretenimento. Assim, as investigações deste trabalho se basearão em Estudos de Design, com ênfase no *Web Design*, em teorias da área de Tecnologia e nos Estudos de Gênero, pautadas nas áreas de conhecimento da História, da Antropologia e da Sociologia. O Design torna as fronteiras menos rígidas entre estas diferentes áreas do conhecimento, pois ele “do mesmo modo que qualquer outra atividade do processo extremamente complexo e dinâmico do trabalho social, é orientado por um conjunto de objetivos de natureza política, ideológica, social, econômica, etc.” (BOMFIM, 1998), o que indica interseções epistemológicas entre as áreas abordadas neste estudo.

A prática do Design Gráfico, também conhecido no Brasil como Desenho Industrial com habilitação em Programação Visual é a arte e a técnica da projeção de artefatos materiais gráficos verbais e não verbais, sendo físicos ou digitais. É a área de estudos e trabalhos em que se elaboram conceitos estéticos para compor peças gráficas visuais no que concerne ao campo da informação da escrita e da imagem em materiais impressos e

⁴ Doutora pelo Interdisciplinar em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Brasil. É Professora do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial e do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia na Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

⁵ LEGH – Laboratório de Estudos de Gênero e História da UFSC.

digitais envolvendo estudos de comunicação e informação, em que, segundo Heller & Drennan (1997):

através da história, o design gráfico tem significado compor, esteticizar e estilizar componentes numa página, embalagem ou sinal para atrair a atenção visual e transmitir uma mensagem. O designer gráfico é um navegador que estrategicamente posiciona sinais, cores e essas coisas são marcos, elementos integrais na arquitetura de uma página. (Heller & Drennan, 1997, p. 27)

As mensagens gráficas das páginas (impressas ou digitais como, por exemplo, páginas de revistas ou páginas de sites) são elaboradas por designers de modo a conduzir o olhar do leitor ou leitora por caminhos de ordens hierárquicas sugeridas de visualização, legibilidade e leiturabilidade dos elementos da página (como títulos, subtítulos, textos corridos, ilustrações e fotos) através de técnicas de variação da dimensão, forma, cromatismo e da relação figura-fundo no campo visual destas páginas e que conferem, por exemplo, sentidos de continuidade e de descontinuidade. Estes elementos nas páginas são dispostos e organizados com propósitos retóricos informacionais pré-definidos, mesmo que as pessoas optem por realizar leituras diferentes da sugerida.

Desde a inserção das tecnologias digitais, que fizeram com que a página impressa cedesse parcialmente seu lugar às telas de aparatos eletrônicos, há tentativas de reelaboração das funções exercidas por Designers Gráficos, devido a estes profissionais passarem também a atuar na composição de produtos multimídias (GRUSZYNSKI, 1999), como é o caso de *Web Designers* e *Game Designers*. E por concordar com Jakob Nielsen e Hoa Loranger (2007) na defesa de que qualquer tentativa de conceituar o *Web Design* incorre em imprecisões, adoto para este estudo, a vertente de que, conservadas as distinções de rotinas e atividades de composição gráfica entre as mídias impressas e dos produtos multimídias, o *Web Design* utiliza como base os conhecimentos do Design Gráfico e com eles compõem ambientes digitais (ZELDMAN, 2007) e multimidiáticos, como por exemplo, *websites* e jogos eletrônicos.

Estes produtos supracitados podem ser considerados artefatos digitais materiais que, por sua vez, são ferramentas mediadoras na execução de tarefas humanas. Neste contexto, SANTOS (2010)⁶, fazendo referência a

⁶ SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **O design pop no Brasil dos anos 1970**: domesticidades e relações de gênero na revista Casa & Jardim. 2010. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) –

MARGOLIN (2002), observa que os artefatos influenciam a compreensão do mundo social e auxiliam os sujeitos a se situarem no mundo, assim como podem produzir valores e comportamentos, provocando elaborações simbólicas das relações sociais.

Dando ênfase a estes breves antecedentes, a presente pesquisa se desdobra na investigação das representações das feminilidades expostas nas imagens que dão suporte à navegação do Portal [ClickJogos](#) e dentro dos jogos online que este Portal classifica e veicula. A ênfase será dada à categoria gênero como “resultado de tecnologias sofisticadas que produzem corpos-sexuais” (BENTO, 2011), nos discursos que conduzem a estruturação dos corpos infantis e que nelas reiteram a produção das relações de gênero com inscrições nas feminilidades e masculinidades em seus corpos e na heteronormatividade, como uma ordem social fundamentada na priorização da heterossexualidade naturalizada e, em muitas situações, imposta. Considero que a elaboração de artefatos digitais pode reforçar ou ajustar marcações destas masculinidades ou das feminilidades nas classificações de jogos eletrônicos e dentro deles. O argumento é de que estes reforços ou ajustes auxiliam em uma “naturalização” das masculinidades e das feminilidades dos corpos através dos jogos online.

Este estudo também enfoca os dois lados da concepção de representação exposta por Butler (2008). Primeiro, no tocante ao termo *representação* ser “operacional no seio de um processo político que busca estender visibilidade e legitimidade às mulheres como sujeitos políticos” (BUTLER, 2008, p. 17). Pensando assim, podemos relacionar este processo de constituição política estendido às crianças que utilizam os jogos digitais, mais especificamente às meninas, em uma etapa de reconhecimento e formação da própria identidade. Em segundo lugar, enfoca aquela representação como “a função normativa de uma linguagem que revelaria ou distorceria o que é tido como verdadeiro sobre a categoria das mulheres” (BUTLER, 2008, p. 17). Neste caso, enfocaremos a linguagem imagética utilizada através dos elementos contidos nos cenários e personagens⁷ que compõem os jogos online do Portal [ClickJogos](#), observando as práticas dos usos de gênero presentes neles. Os usos de gênero são trabalhados aqui no sentido de como as relações de gênero são utilizadas culturalmente pela sociedade, ao construir e manter determinados sentidos, comportamentos e práticas inerentes às mulheres ou aos homens.

Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

⁷ Em jogos eletrônicos, os personagens podem ser os denominados PCs (*Player Character*), que são Personagens Jogadores e são controlados pelo jogador, ou ainda os NPCs (*Non-Player Character*), que são os personagens não jogadores, aqueles controlados pelo computador ou mestre de jogo. Estes últimos também são conhecidos como Agentes autônomos.

Atentando para as representações como reprodutoras de condicionantes do reconhecimento de identidades e, ainda na trilha do pensamento de Butler (2008), para a realização deste estudo, investigaremos como os jogos online são apresentados e como estavam dispostos no Portal ClickJogos entre os anos de 2013 e 2014, como pode ser verificado no segundo capítulo. Em um segundo momento, pesquisaremos estes jogos online e o interior de suas composições gráficas no tocante aos seus discursos imagéticos. Todos os jogos selecionados terão como característica serem destinados ao entretenimento infantil. Estes materiais coletados deverão se prestar a análises das condições de uso de gênero nos jogos online, com ênfase nas categorias mulheres, sexo e geração.

Butler (2008) menciona as limitações do termo mulheres quando este assume identidades fixas e cita que “a crítica feminista deve compreender como a categoria das “mulheres”, o sujeito do feminismo, é produzida e reprimida pelas mesmas estruturas de poder por intermédio das quais busca-se a emancipação” (BUTLER, 2008, p. 19). A categoria mulheres deverá ser aqui assumida na desconfiança e consciência de que tal termo incita o binarismo masculino/feminino como uma estrutura em que a especificidade do feminismo é reconhecida, descontextualizada e segregada “de sua constituição de classe, raça, etnia e outros eixos de relações de poder, os quais tanto constituem a “identidade” como tornam equívoca a noção singular de identidade” (BUTLER, 2008, p. 23). Assim, podemos formular questões como: o que as imagens utilizadas nos jogos online escondem ou revelam em relação aos usos de gênero? Como as formas visuais presentes nos jogos eletrônicos reforçam ou não conquistas feministas alcançadas até agora? Em busca das retribuições a estas questões, almejo verificar e entender quais as práticas reguladoras de formação e divisão de gênero se fazem presentes nos jogos online utilizados nas escolas.

A categoria geração é particularizada na noção globalizada do termo com uma visão pautada no entendimento cosmopolita (BECK & BECK-GERNSHEIM, 2013), ou seja, no enfrentamento dos fatores que afetam as gerações de forma comum a todas as sociedades. A categoria sexo é considerada como uma consequência dos dispositivos culturais delineados pelo gênero. Estas categorias são alinhavadas aqui para um melhor entendimento das problematizações e análises do objeto desta pesquisa (BUTLER, 2008).

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

Valorizando a historiografia que observa e critica a invisibilidade do coletivo e das mulheres, jogadoras e projetistas de jogos eletrônicos, o objeto de estudo inicial desta pesquisa é entender como os jogos online são dispostos no Portal ClickJogos. Em um segundo momento, os jogos online contidos neste Portal serão analisados na pertinência de suas representações retóricas e presentificações imagéticas de personagens e elementos que os constituem. Vale ressaltar que a imagem é entendida neste estudo tanto como presentificação, no sentido de “ter semelhanças com outras imagens ou coisa, mas sendo uma nova imagem ou coisa original e autônoma” (RAMALHO E OLIVEIRA, 2009)⁸, como representação, no sentido do que Chartier (1991) adota como algo que está presente e que corresponde e evoca algo que está ausente.

Todos estes fatores norteadores aqui tratados constituem um grande alicerce para centrar a investigação nos discursos imagéticos utilizados por crianças no Portal ClickJogos. Desta forma, podemos declarar que a pesquisa está direcionada para trabalhar com a Linguagem Gráfica Pictórica como instrumento difusor de retóricas genericadas singulares ou estereotipadas. Com esta intenção, o objetivo geral é o de averiguar os elementos gráficos pictóricos que constituem as imagens ilustrativas dos jogos online, observando os usos de gênero nelas contidos, com o intuito de constatar as maneiras de exposição das mulheres nestas imagens. Especificamente, os objetivos serão:

- Identificar a disposição e classificação dos mais de vinte mil jogos online do Portal ClickJogos, observando o uso de elementos de forma (cores) e conteúdo (texto) na organização destes dados.
- Descrever as figuras retóricas visuais (de forma) nos usos de gênero presentes nos modos de jogo nas imagens dentro dos jogos online do Portal ClickJogos, enfatizando influências, presenças ou ausências de marcadores das feminilidades e masculinidades em relação às crianças.

⁸ RAMALHO E OLIVEIRA. Sandra R. **Imagem também se lê**. São Paulo: Edições Rosari, 2005. Grifo da autora.

- Identificar simetrias ou assimetrias das relações de gênero nas imagens responsáveis pela jogabilidade, modos de jogos e ações dentro dos jogos online.

Apesar do pouco tempo histórico de existência, os jogos online e websites já podem ser considerados como documentos, com base informacional, pois ajudam a registrar e construir parte da história das tecnologias e dos estudos das artes visuais produzidos por diversas sociedades. Em contiguidade, os artefatos expostos pelo ClickJogos, os jogos online, são considerados construções sociais e, portanto, são discursos com narrativas suscetíveis de estruturas e estratégias baseados em formas estereotipadas ou novos sentidos de indicações de feminilidades e masculinidades nas representações como “linguagem”⁹ imagética dentro destes jogos.

Castells (1999) contextualiza o papel da informação em meio digital, quando menciona que ela “representa o principal ingrediente de nossa organização social, e os fluxos de mensagens e imagens entre as redes constituem o encadeamento básico de nossa estrutura social” (CASTELLS, 1999, p. 505). Os jogos online são vistos neste trabalho como disseminadores de informação, onde os fluxos de mensagens e imagens circulam por meio de bits e códigos binários, e são resultados de fenômenos sociais oriundos da própria realidade e criatividade humana. Assim, uma vez que são culturalmente construídos, torna-se importante a investigação de como as informações imagéticas, que realizam a mediação do uso destes artefatos por crianças brasileiras, são expostas no mundo virtualizado. Com base nessas premissas, tenho como orientação os processos sociais e culturais que alicerçam categorias elaboradas de gênero baseadas nas “visões e divisões sexuais” (BOURDIEU, 2010) e as causas pelas quais estas categorias são formalizadas.

⁹ O termo linguagem é colocado entre aspas por estar sendo aplicado neste trabalho também no âmbito da imagem. Sobre o termo ser aplicado a textos e imagens, RAMALHO E OLIVEIRA (2009) defende que o termo “linguagem” é emprestado da linguística para uma leitura visual mesmo que esta não tenha formalmente uma gramática do visual, embora autores como Kress & van Leeuwen (2006 [1996]) e BIASI-Rodrigues & Nobre (2010) defendam a existência de uma gramática do design visual. Ver: KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. 2ed. London: Routledge, 2006 [1996] e BIASI-RODRIGUES, Bernardete; NOBRE, Kennedy Cabral. *Sobre a função das representações conceituais simbólicas na gramática do design visual: encaixamento ou subjacência. Linguagem em (Dis)curso*, v. 10, n. 1, p. 91-110, 2010.

1.3 PERCURSOS METODOLÓGICOS

Todas as delimitações do objeto de pesquisa do segundo capítulo, as reflexões históricas dos percursos e experiências das mulheres acerca das novas tecnologias, os conceitos das formas de entretenimento tradicional e virtual dos capítulos três e quatro e as descrições, análises e discussões dos capítulos cinco e seis em conjunto com as conclusões abordadas nesta pesquisa são desdobramentos das preocupações e discussões acerca da Linguagem Gráfica Pictórica e suas implicações nas construções persuasivas das relações de gênero no interior das imagens dos jogos online infantis. Esta Linguagem permite o estabelecimento de aspectos constitutivos destes jogos, evidenciando a importância da estrutura imagética que os constitui. Diante da infinidade de jogos expostos na web, o corpus de pesquisa foi delimitado nos jogos incorporados ao Portal ClickJogos. Este Portal se tornou de interesse desta pesquisadora pelo fato da aproximação cotidiana filial com estes jogos e, em uma aproximação analítica mais apurada dos modos de classificação visual dos jogos, houve a descoberta de uma segregação pela categorização pautada na generificação destes jogos fazendo uso do cromatismo.

Inicialmente, foi levado em consideração a maneira pela qual o Portal ClickJogos faz a aplicação do cromatismo para persuadir crianças numa recomendação de jogos específicos para meninas, de forma a delimitar alguns temas e narrativas como práticas sociais extensivas às dinâmicas do entretenimento infantil. Para averiguar se estas nuances generificadas se ampliavam ao interior dos jogos e em outras codificações presentes na Linguagem Gráfica Pictórica, houve a necessidade de analisar elementos desta Linguagem sob a luz da retórica visual e com o auxílio das figuras retóricas como parâmetros de análise e discussões.

Interessante é que estas figuras, originalmente aplicadas em peças gráficas impressas da publicidade com o intuito de observar a extensão persuasiva destas peças, puderam ser detectadas em vários jogos online infantis diante das averiguações desta pesquisa, especialmente aquelas que, uma vez encontradas, se prestam a evidenciar como são constituídos os modos de apresentação das relações de gênero. Isto implica em aclarar as disposições dos elementos gráficos que auxiliam a constituição das práticas relativas a mulheres e homens e como são

apresentadas às crianças através destes jogos que são utilizados livremente como forma de entretenimento.

O entretenimento não tem a obrigatoriedade de ensinar pedagogicamente qualquer criança, mas esta investigação parte do entendimento de que, tanto os jogos tradicionais, de tabuleiro ou casuais, por exemplo, como os jogos digitais, online ou não, prestam-se aos repasses, propositais ou descompromissados, de modelos de práticas sociais estereotipadas ligadas às relações de gênero, assim também como possuem o poder de ajustar estas relações, ao utilizar as formas e códigos visuais para mostrar que as práticas sociais humanas podem ser empregadas no exercício da igualdade das relações de gênero de acordo com as éticas que envolvem seus contextos de forma a dar mais visibilidade ao passado, presente e possíveis futuros das vidas cotidianas das mulheres.

Para concretização dos objetivos balizados, iniciaram-se os procedimentos para alcançá-los com a descrição do espaço virtual do Portal ClickJogos, que se torna aqui base para as análises dos jogos digitais infantis que disponibiliza e que são os objetos a serem pesquisados e analisados neste trabalho. São explanados os modos de classificação dos jogos e sua disposição visual e como suas aparências visuais sugerem escolhas preconcebidas para as crianças. Os aspectos quantitativos são valorizados, levando em consideração a escolha de dez temas gerais que representam os trezentos itens que classificam e dividem os jogos no Portal. Os dez temas gerais escolhidos são os jogos de “Futebol”, “Carros”, “Administrar”, “Agilidade”, “Aventura”, “Cozinhar”, “Estratégia”, “Luta”, “Esporte” e “Multiplayer”. Por conseguinte, há a verificação do total numérico de jogos digitais de cada tema geral e, dentro de cada quantitativo, o número de jogos prescritos para meninas, que são os links que utilizam a cor rosa e os que não possuem prescrição, que são os links que utilizam a cor vermelha, considerados aqui como hegemônicos pautados nas preferências masculinas. O segundo capítulo se dedica à explanação destes procedimentos.

Depois de verificadas as condições dos jogos no Portal ClickJogos e de observar que há uma prescrição exclusiva para as meninas ao fazer o direcionamento de um item específico de jogos para elas e confirmar tal situação dedicando a marcação da cor rosa nos links que acionam estes jogos, me dedico no terceiro capítulo a embasar teoricamente as relações de gênero presentes nas tecnologias e as condições dos pensamentos feministas diante das tecnologias virtuais contemporâneas.

No quarto capítulo continuo algumas abordagens históricas, mas desta vez considerando os conceitos dos jogos, brinquedos e brincadeiras como artefatos materiais componentes da imaterialidade cultural do entretenimento infantil. Observo principalmente as relações e interações das crianças com os brinquedos tradicionais e virtuais e a interferência destes artefatos nas escolhas e preferências de meninas e meninos em relação aos brinquedos e brincadeiras tradicionais e jogos virtuais.

Uma vez observados os procedimentos de prescrições de jogos para meninas e a generalização de uso dos outros jogos no Portal ClickJogos utilizando as cores para tais discriminações, entendo que as imagens são parte importante nestes procedimentos e que a retórica é ferramenta presente nelas para que a manutenção das prescrições ocorra dentro dos jogos. Com base nestas constatações, reservo o quinto capítulo para esquadrinhar as origens históricas da Retórica até chegar a sua utilização nos discursos presentes nas imagens ocasionando a então Retórica da Imagem. Neste momento delimito a pesquisa nas figuras retóricas relacionadas pelo francês Jacques Durand, que as detectou em textos anunciativos (em conteúdos) e em imagens (nas formas), todas recorrentes em anúncios publicitários. Escolhi como parâmetro de análise, as figuras retóricas presentes nas formas. É importante observar aqui que os desenhos utilizados nas letras dos textos (denominados aqui de Tipografia ou Tipos) usados dentro dos jogos são considerados como formas constituintes das imagens dos jogos digitais.

Destino o sexto e último capítulo aos procedimentos de análise das imagens dos jogos digitais infantis do ClickJogos. Os temas de jogos “Cozinhar” e “Administrar” foram escolhidos por serem os que quantitativamente possuem mais jogos prescritos para as meninas (87,6% para o tema “Cozinhar” e 60,2% para o tema “Administrar”). Assim, utilizo as figuras retóricas centradas nas formas como parâmetros para analisar as características de usos e de representações das feminilidades e das relações de gênero nas imagens no interior dos jogos digitais. As imagens analisadas são todas aquelas que constituem os personagens e cenários principais do jogo, compostos de cores, formatos visuais (por exemplo, formatos de botões para navegação dentro do jogo) e tipografias utilizadas em textos informativos, pequenos tutoriais e guias.

As conclusões e considerações finais estão pautadas nas discussões dos resultados encontrados nas considerações do capítulo cinco, nas análises do capítulo seis e embasadas nos aspectos teóricos e quantitativos expostos nos capítulos anteriores. Elas mostram, através

da análise retórica visual, a presença da generificação de elementos gráficos compositivos das imagens no interior dos jogos online do Portal ClickJogos. Evidenciam que a retórica visual, presente nos jogos online infantis, torna as relações de gênero pautadas em uma heteronormatividade e binarismo como “naturais” e inserem-se como ordenadoras da compreensão da constituição dos corpos e da afetividade, elegendo a construção de condutas e práticas baseadas na concepção de que o que é feminino é para mulheres e o que é masculino é destinado para os homens. Enfim, reforçam a naturalização da diferença entre mulheres e homens, provocando as assimetrias de gênero.

2 ORGANIZAÇÃO DAS BRINCADEIRAS NO PORTAL CLICKJOGOS

Diversos são os *websites* e portais na Internet que se dedicam a oferecer jogos e brincadeiras online com os mais variados temas. Brincadeiras mais tradicionais vividas por nossos pais e avós são reproduzidas no mundo virtual para as gerações contemporâneas e, desta maneira, reproduzem múltiplas práticas e saberes sociais nelas contidos. Este capítulo se dedica a iniciar o relato desta pesquisa com o intuito de situar e delimitar seu corpus de estudo. Desta forma, inicio aqui a apresentação e descrição do Portal ClickJogos, dedicado a veicular jogos online para crianças e jovens; como ele organiza e classifica esses jogos para o acesso de seu público-alvo, assim como os aspectos quantitativos desses jogos e suas relações com os modos de classificação expostos no Portal. Além disso, este capítulo se dedica a averiguar e compreender como e quais tipos de jogos estão sendo oferecidos às crianças e como ocorrem algumas representações das figuras femininas nas imagens de determinados jogos online.

2.1 INICIANDO O JOGO

No ano de 2014 a empresa ClickJogos completou dez anos de existência. Caracterizada como uma empresa de mídia digital, realiza curadoria e criação de conteúdos de entretenimento destinado aos públicos infantil e pré-adolescente (Kids & Teens) dentro da faixa etária de oito a quatorze anos de idade. Localizada na cidade de São Paulo, a empresa foi criada por Andreas Diegues quando tinha apenas quinze anos de idade, segundo a descrição da própria empresa, e desde 2011 divide a administração da ClickJogos com os sócios Ronaldo Bastos e Luiz Gonsales.

Em Dezembro de 2007 a ClickJogos firmou parceria com o Portal de conteúdos da Universo Online, o UOL10 e passou a integrar a estação de jogos do Portal UOL . Iniciou com um quantitativo de mil e duzentos jogos e o modelo de negócio está regido na oferta de jogos

¹⁰ O Portal da Universo Online, mais conhecido como UOL, é um provedor de conteúdos e de acesso à Internet no Brasil. O Portal foi criado em Abril de 1996 pela empresa Folha da Manhã, que edita o jornal Folha de São Paulo.

online gratuitos e, em sua maioria, sem a necessidade de registros de usuárias ou usuários. A dinâmica do website está pautada na atualização e disponibilização diária de novos jogos, na promessa de escolher os melhores games e indicá-los a internautas de forma organizada e ágil¹¹. O Portal ClickJogos é um produto homônimo da empresa que disponibiliza gratuitamente um total de treze mil títulos de jogos online divididos em trezentas categorias criadas pela própria empresa.

A fundação e a parceria da ClickJogos estavam em sincronia com uma década marcada pela consolidação e institucionalização da Internet como um novo mercado corporativo. Diegues seguiu uma tendência que já ocorria nos Estados Unidos no início da década de 1990 em que jovens estudantes à frente de projetos de fomento para a World Wide Web, ou simplesmente Web, transformavam ideias originais em modelos de negócios virtuais.

Um dos grandes passos para a Web se tornar o que é hoje foi dado por Marc Andreessen que aos 21 anos de idade e em conjunto com um grupo de programadores do Centro Nacional para Aplicações em Supercomputadores (NCSA), sediado em Chicago, desenvolveu o MOSAIC. Com isso, a apresentação de textos, imagens e gráficos diretamente na tela do computador tornou-se possível e assemelhava-se visualmente à apresentação de elementos em documentos impressos. Surgiu uma nova forma de apresentação e interface gráfica que utilizava plenamente os recursos da Web. O MOSAIC foi um divisor de águas entre a Web, que antes era constituída apenas por mensagens de texto através de email e por protocolos de transferência de arquivos (FTP – File Transfer Protocol), acessadas predominantemente por cientistas e militares, e a Web como veículo de comunicação acessível e popularizado. Aproveitando as novas características comunicacionais da Web, em 1994, David Filo e Jany Yang, estudantes da Stanford University, criaram o Portal Yahoo! que funcionava como um guia indexado de páginas da Web e se tornou uma empresa multinacional em um curto período de tempo. Um ano depois, Jeffrey Bezos criou a Amazon.com¹² e consolidou o comércio virtual utilizando a Web como veículo e ponto de vendas.

¹¹ Segundo nota da assessoria do Portal UOL, quando da estreia do ClickJogos como parceiro do Portal. Disponível em <http://sobre.uol.com.br/ultnot/imprensa/2007/12/11/ult4237u70.jhtm>.

¹² Uma das primeiras Empresas de lojas virtuais de venda online de livros e atualmente ainda possui seu website ativo na Web. <http://www.amazon.com>.

Figura 1 - Página inicial do Portal corporativo ClickJogos com visualização vertical completa. Disponível em <http://ClickJogos.com.br>. Acesso em 10/05/2013.



No Brasil, somente na década de 2000 a *Web* começou a ser utilizada popularmente como um veículo comercial e em meados dessa década os jogos online entravam no *hall* de produtos comercializados. O comércio virtual de bens e serviços iniciava a indústria criativa que

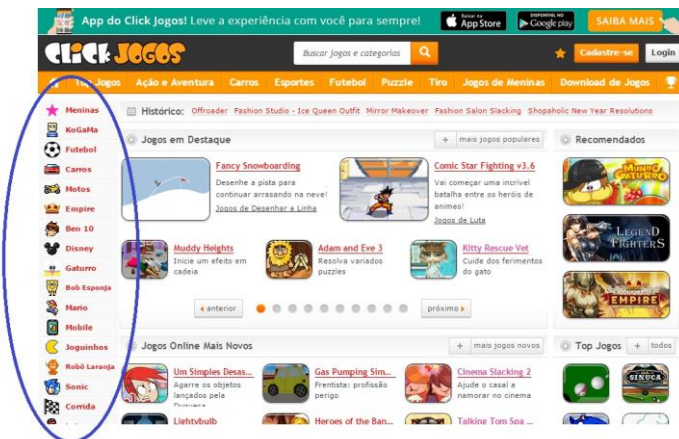
crescia quatorze por cento entre os anos de 2002 e 2008 (GREBIN, 2012). Esta tendência se mostrava através da quantidade de portais, além do Portal UOL, que se multiplicavam a exemplo de grandes portais na época como o AOL (America Online), que chegou ao Brasil em Novembro de 1999 como um portal provedor de conteúdos e fechou as portas em Março de 2006 e o IG, da empresa de telecomunicações Oi e o Terra, ainda existentes na *Web*. Uriarte (2006) e Quevedo (2007) discorriam nessa época sobre os portais corporativos virtuais como canais de gestão do conhecimento em diversas áreas.

Atualmente, a ClickJogos acrescentou a parceria do Grupo NZN¹³ em seus negócios, mas mantém a mesma estrutura navegacional, arquitetura da informação e interação no Portal de jogos. O ClickJogos disponibiliza seus produtos através de uma página inicial que apresenta, em suas áreas de navegação, os jogos de acordo com um *menu* lateral esquerdo que divide os jogos em seções, um segundo *menu* superior horizontal, onde são colocadas as principais categorias dos jogos e a área central de conteúdo, que é subdividida verticalmente em quatro áreas. A primeira é a ***Jogos em Destaque***; a segunda, intitulada ***Jogos online mais novos***, aparece logo abaixo e se localiza fora da visualização inicial da tela e são colocados os jogos mais novos do Portal; na terceira, ***Jogos populares***, são colocados os jogos mais conhecidos, seja pela tradição de seus títulos, seja pela quantidade de acessos; a última área permite destaques aos jogos mais novos para *download*: ***Últimos jogos para download***. Destas quatro áreas, a mais evidente da página é a primeira, pois as demais somente aparecem através da interação das crianças jogadoras com o acionamento da barra de rolagem vertical do navegador.

Uma média de cem seções (denominadas de “categorias” pelo Portal), de um total de mais de trezentas, são expostas no menu lateral esquerdo (Figura 2). Destas seções, pelo menos duas transpõem-se em outros *websites* especializados em jogos (o “Kogama”, no endereço virtual <http://kogama.com.br> e o “Jogos de Meninas” no endereço virtual <http://www.jogosdemeninas.com.br>); as demais levam a páginas internas do ClickJogos. Apesar de encontrarem-se em endereços virtuais diferentes, os jogos nelas contidos se distribuem nas demais seções do ClickJogos.

¹³ O grupo NZN é uma empresa de produção de conteúdo de mídias digitais e é detentora de *websites* como Baixaki, TecMundo e Superdownloads. Ver <http://www.gruponzn.com/>.

Figura 2 - Página inicial do Portal corporativo do ClickJogos com destaque para o menu esquerdo lateral (no círculo em azul). Disponível em < <http://www.ClickJogos.com.br/>>. Acesso em 16/12/2014.



Os jogos de cada seção são distribuídos de forma que uma média de 44 links de jogos são exibidos por vez em cada página. Dentro destas páginas internas, o ClickJogos coloca os jogos agrupados em temas e as indicações de jogos com hyperlinks vermelhos ou rosa se encontram emparelhados ao longo da navegação. Dentro das páginas de cada seção, o Portal ordena a visualização dos ícones com hyperlinks dos jogos para exibir os jogos “mais jogados” ou os “mais populares” e para cada uma destas ordenações é possível visualizá-los pela classificação temporal de “sempre”, “esse mês” ou “últimos seis meses” (Figura 3).

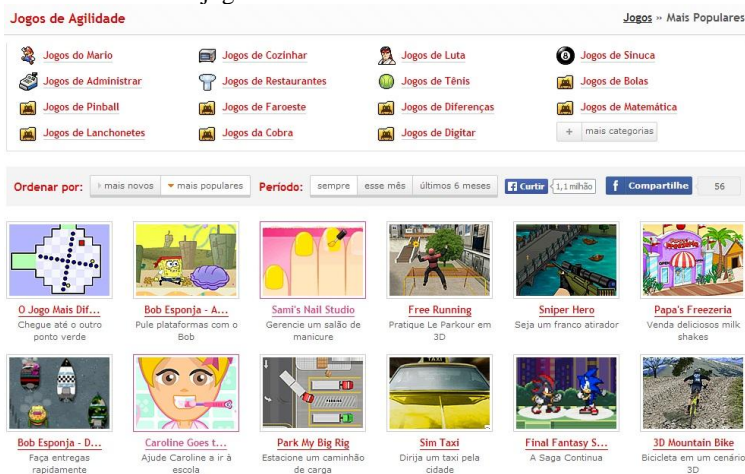
A página inicial do ClickJogos contém também áreas destinadas à publicidade como, por exemplo, banners em variados formatos, intervenções extra página (*pop-ups*)¹⁴, espaços *pre-roll*¹⁵ (dentro das páginas em que são executados os jogos) e em espaços de laterais do plano de fundo (*background*) das páginas. Todas as imagens de

¹⁴ Pop-ups são janelas extras que são abertas no navegador durante a visita a determinadas páginas na Web que contém esse recurso. Hiperligações específicas também acionam esse recurso e são utilizadas para apresentar informações extras ou como veículo publicitário. Geralmente as janelas pop-ups são menores e surgem sobre a página original.

¹⁵ Espaços *pre-roll* são espaços para publicidade exibida dentro da página principal apenas durante o seu carregamento. Ao acessar um site a usuária ou o usuário ficará exposto àquela publicidade apenas enquanto a página de interesse é carregada para visualização.

publicidade e os jogos online são constituídos de imagens coloridas e sempre em páginas com visualização de conteúdo com navegação vertical. Por esse motivo a necessidade do uso da barra de rolagem vertical do navegador.

Figura 3– Tela de classificação geral dos jogos por ordenação e período em que eles são acessados dos jogos. Acesso em: 15/05/2014.



Segundo informações encontradas no próprio Portal ClickJogos¹⁶, o site possui noventa milhões de acessos por mês e cada pessoa que o acessa navega, em média, por sete páginas, ocasionando seiscentos milhões de páginas acessadas e trezentos milhões de partidas jogadas no mesmo período de tempo. Ainda segundo o Portal, os dados têm como fonte a *Google Analytics*¹⁷ e são datados de Janeiro de 2013. O site disponibiliza ainda estatísticas de acesso quanto à faixa etária, classe social, escolaridade, mapa demográfico de acesso e sexo (Figura 4). Quase oitenta por cento de usuárias/os que acessam o site são menores

¹⁶Ver em http://zigon.com.br/wp-content/uploads/2013/06/midia_kit_Click_Jogos_2013_marco.pdf. Documento que antes da fusão, encontrava-se na página de apresentação do Portal ClickJogos.

¹⁷A *Google Analytics* é um serviço oferecido gratuitamente pela empresa Google que permite mensurar a taxa de exibição de um site e os acessos (hits) das páginas. Ele também permite identificar a localização geográfica de cada visitante, como chegou à página, o sistema operacional e navegador utilizados, assim como o sistema operacional em períodos de tempo como dias, semanas, meses e anos.

de dezoito anos, e as classes B e C¹⁸ são a grande maioria. Oitenta por cento possuem ensino médio incompleto e noventa por cento estão nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul do Brasil. O acesso por parte de usuárias e usuários é quantitativamente igual.

Figura 4 - Quantificação da audiência por região demográfica, idade, escolaridade, sexo e classe social. Disponível em < http://zigon.com.br/wp-content/uploads/2013/06/midia_kit_Click_Jogos_2013marco.pdf>. Acesso em 21/04/03/2014¹⁹.



¹⁸ A ClickJogos não declara o que ela considera como Classes A, B e C, porém, devido às características de empreendimento e publicitária do Portal, considero para esta pesquisa os dados do IPC Maps 2014 relacionados aos rendimentos financeiros dos brasileiros que considera os perfis de classes como sendo a Classe “A” composta por famílias com uma renda média superior a R\$13.261,00, a Classe “B” com uma renda média entre R\$4.335,00 e R\$11.110,00 e a Classe “C” com uma renda média de R\$1.470,00 e R\$2.321,00 (Disponível em http://www.ipcbr.com/downpress/Release_Imprensa_2014.pdf. Acesso em 02/11/2014). O Portal também não considera as Classes D e E.

¹⁹ Dados retirados da seção “Sobre Nós” em março de 2014 do site ClickJogos. Em Setembro de 2014 foi realizada a fusão entre a ClickJogos e a empresa NZN (No Zebra Network LTDA.). A fusão foi noticiada pela Gazeta do Povo de Curitiba (Disponível em <<http://www.gazetadopovo.com.br>>. Acesso em 03/11/2014) e Revista Exame.com (Disponível em <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/dona-do-baixaki-compra-click-jogos-e-pensa-em-ipo-na-nasdaq>. Acesso em 03/11/2014) Os dados coletados no site, que se encontram nesta figura, foram retirados do endereço original e se encontram no site da Zigon (Disponível em <http://zigon.com.br/zigon-ad-sales/representadas/click-jogos/>. Acesso em 03/11/2014), empresa parceira e responsável pela representação do site em relação às publicidades e anunciantes.

Na observação dos dados quantitativos da audiência do Portal de jogos, a faixa etária é um dos fatores mais importantes e demonstra equiparação no que se refere ao sexo. Entretanto, ao observar as seções dos dois *menus* de navegação (lateral vertical esquerdo e superior horizontal) e o tratamento cromático dos hyperlinks de texto que acompanham os ícones que levam diretamente às páginas dos jogos, verificamos que há prescrição de jogos para meninas em dois hyperlinks denominados “Meninas”, no *menu* lateral vertical esquerdo, e outro hyperlink denominado “Jogos de Meninas” no *menu* horizontal superior da navegação. Estes dois hyperlinks levam as usuárias ao *website* Jogos de Meninas (www.jogosdemeninas.com.br). A distinção para meninas se faz na parte textual do título do jogo, como pode ser visto na Figura 5.

Figura 5 – Página inicial da categoria “Jogos de Meninas” onde pode ser observado o tratamento cromático dos hyperlinks dos jogos online todos em um tom rosa. Disponível em < <http://www.ClickJogos.com.br/jogos-de-meninas/>>. Acesso em 22/04/2014.



Abaixo dos ícones dos jogos online há hyperlinks, ou seja, textos com ligações correspondentes que indicam o caminho para as páginas dos jogos, que recebem tratamento cromático em vermelho, porém os hyperlinkhyperlinks de todos os jogos que o site considera como jogos “para meninas” recebem o tratamento cromático em um tom de rosa (Figuras 6 e 7).

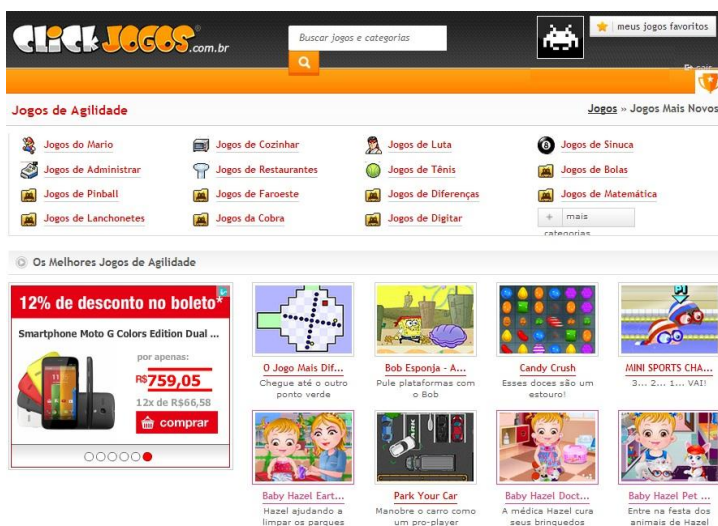
Figura 6— Exemplo de seis jogos do ClickJogos. Ícones com hyperlink e descrição fazem a indicação de jogos com hyperlinks em vermelho para os jogos sem prescrição (os quatro primeiros da esquerda para direita) e jogos com prescrição para meninas com hyperlinks em cor rosa (os dois últimos da direita).



Uma vez que o ClickJogos diferencia alguns dos jogos online que oferece para meninas, duas observações podem ser postas em pauta. A primeira segue no caminho da observação de que não há, na primeira página, nenhuma seção prescritiva de jogos para os meninos, o que sugere um tratamento generalizado para os jogos com os títulos em tom de vermelho; A segunda se refere à localização na navegação dos títulos dos jogos considerados para meninas. Os jogos que possuem hyperlinks em vermelho não aparecem nos grupos listados ou prescritos como “jogos para meninas”, por outro lado os hyperlinks em rosa aparecem por vezes de forma escassa, outras de forma majoritária em meio aos grupos de jogos, dependendo da seção em que estão agregados (Figura 7). É importante salientar que o ClickJogos não proíbe ou censura explicitamente o uso de nenhum de seus jogos para qualquer criança, ou dito de outra forma, as crianças podem acessar qualquer jogo online disponibilizado, atendendo ou indeferindo aos apelos do *website*, porém é patente a interdição presente no modo de classificação que o Portal oferece às crianças jogadoras.

Para averiguar mais especificamente os modos de persuasão nos usos de gênero presentes nas imagens dentro dos jogos que são disponibilizados pelo ClickJogos e observar se nelas existem elementos gráficos que reforçam e/ou mantêm relações de simetrias e assimetrias de gênero, foram selecionados dez temas que melhor representam todas as trezentas categorias que classificam os jogos do Portal ClickJogos. Os temas foram escolhidos por representarem brincadeiras e brinquedos mais comuns no universo infantil e por abrangerem de forma geral as

Figura 7 – Página inicial da categoria “Jogos de Agilidade” onde pode ser observado o tratamento cromático dos hyperlinks dos jogos online em vermelho e em rosa. Acesso em 15/05/2014.



outras duzentas e noventa categorias. Os temas escolhidos são *Jogos de Futebol*, *Jogos de Carros*, *Jogos de Administrar*, *Jogos de Agilidade*, *Jogos de Ação e Aventura*, *Jogos de Cozinhar*, *Jogos de Estratégia*, *Jogos de Luta*, *Jogos de Esporte* e *Jogos em Multiplayer* (jogos em que é possível jogar mais de duas pessoas ao mesmo tempo). É importante salientar que a seção *Meninas*, que leva a criança a sites ou grupos de jogos apenas com prescrição para meninas, não contém qualquer jogo com marcação cromática em vermelho e por esta razão não está entre os temas gerais de seções escolhidos. Ao mesmo tempo, em quase todas as outras seções do Portal ClickJogos há a presença de jogos “para meninas”, com exceção da seção *Estratégia*. Assim, estas duas seções não foram contempladas como temas de jogos na seleção feita nesta pesquisa.

Esta segregação nos arranjos classificatórios dos jogos projetada pelo Portal ClickJogos sugere uma hegemonia dos modelos sociais masculinos em todos os jogos com títulos em tom de vermelho e igualmente baseado em um direcionamento da utilização de temas pautados em modelos de brincadeiras marcados como “de meninas” nos jogos com títulos em tom de rosa. A categoria de jogos para meninas não encoraja a aventura dos meninos por estes jogos, porém as meninas

podem acessar qualquer jogo, apesar de também não serem encorajadas a esta ação. Assim, é interessante observar também que, ao contrário do que poderia parecer em uma análise superficial, o modo como o portal ClickJogos oferece e expõe os jogos e como todas estas figuras retóricas ocorrem no interior deles, acaba por estabelecer um maior empoderamento de acesso e utilização por parte das meninas. Isso ocorre justamente por haver a prescrição de jogos para elas através dos usos dos cromatismos e por não haver a mesma restrição para elas nos demais jogos.

A hegemonia dos jogos com hyperlinks em vermelho é identificada neste estudo em oposição aos jogos com hyperlinks em cor rosa para meninas, indicados pelo Portal ClickJogos. Considero que tal procedimento prescreve os jogos com *hyperlinks* em cor-de-rosa para elas, inclusive pela linguagem verbal, e faz uma “generalização” do uso dos jogos em hyperlink em vermelho. Para tal conclusão me baseio não somente no direcionamento visual cromático e verbal dos jogos “para meninas”, mas também na representatividade quantitativa de jogos para cada tema determinados pelo Portal para classificá-los. Ao longo das seções de navegação o Portal oferece, de forma heterogênea, os jogos com os dois tipos cromáticos de hyperlinks, mas a quantidade de jogos ofertada “para meninas” somente é maior para dois dos nove temas escolhidos para as análises deste estudo, a saber, os temas de “Cozinhar” e “Administrar”, e equivalentes apenas no tema “Agilidade”. A “generalização” da classificação dos jogos com hyperlinks vermelhos é entendida neste estudo como um modo de oferta para os meninos e que se estende às possibilidades de acesso das meninas, portanto hegemônica. Condição oposta à da classificação dos jogos em cor-de-rosa, que são postos pela “prescrição”, portanto restritiva. Esta representatividade quantitativa deverá ser pormenorizada no item 2.2 (ver Quadro 1, p. 56).

Os conceitos da dicotomia sexual naturalizados acarretaram duas consequências: a primeira é a tendência a um desmembramento das atividades, aptidões e práticas sociais de acordo com o sexo percebido pelo sujeito, ou seja, segundo a “natureza” biológica dos corpos. Parker (1991) menciona que aos homens estava destinada a economia, a política, as interações sociais e familiares e para as mulheres a restrição do mundo doméstico de sua própria família. Os conflitos entre as esferas pública e privada eram ressaltados por determinismos culturais que mantinham a inferioridade das mulheres no que se refere às visões

neoplatônicas científicas e religiosas do mundo e no acordo com a nova ordem político-econômica burguesa (COSTA, 1995).

Ao considerar que no Brasil a construção da sexualidade infantil está balizada na diferença dicotômica sexual, ou seja, na distinção percebida baseada nos modelos sexistas hegemônicos, pode-se perceber que ao destinar diretamente parte dos jogos do Portal para as meninas, o ClickJogos faz uma segregação que utiliza as diferenças percebidas nelas como um lugar privilegiado através de exceções (como, por exemplo, o cromatismo das chamadas dos jogos em cor-de-rosa somente para elas) e as remetem a temas específicos construídos culturalmente e socialmente para elas. Entendo os modelos sexistas hegemônicos como aqueles que se referenciam às identificações centradas mais diretamente nas caracterizações hetero, homo ou bissexual, colocadas para as crianças pelos adultos, tendo a primeira como modelo hegemônico da sociedade ocidental, mas sem perder de vista as possibilidades da pluralidade destas identificações como a transexualidade, o travestismo, e *drag* também como figurações identitárias (Silva, 2000). Então, ao separar uma seção só para elas, o ClickJogos não só promulga a dualidade sexual, mas cultua a masculinidade como norma, de maneira que o modelo cromático em cor-de-rosa desaconselha o acesso por parte dos meninos, ao passo que o modelo cromático em vermelho não nega o passe livre das meninas nestes jogos.

As constatações supracitadas apenas sugerem indícios visuais de segregação pautados em uma dicotomia baseada nas diferenças sexuais percebidas. Então, de que maneira pode ser realizada uma averiguação mais aprofundada na busca de possíveis marcações das diferenças dadas a partir de simetrias e assimetrias das relações de gênero nas linguagens gráficas utilizadas interfaces visuais destes jogos online infantis disponibilizados pelo Portal ClickJogos? O item a seguir tem o objetivo de começar a trilhar o caminho em direção a respostas a este questionamento, que é central nesta pesquisa.

2.1.1 Sistema visual nos jogos online

As interfaces virtuais utilizam predominantemente os sistemas visuais e sonoros²⁰ para transmitir as mensagens. A interface é parte

²⁰ Além do visual e sonoro, o uso do sistema tátil tem se popularizado com o surgimento recente da tecnologia de telas sensíveis ao toque (*touch screen*) que podem capturar os

constitutiva dos dispositivos eletrônicos e que “garante a comunicação entre dois sistemas informáticos distintos ou um sistema informático e uma rede de comunicação” (LÉVY, 1993, p. 176) onde, basicamente, opera na tradução de códigos e na administração de fluxos de informação. Mas, além da ideia da interface como aquela ligada à informática, ela é entendida aqui como suporte possível para a veiculação das imagens dos jogos online e da exposição das linguagens gráficas que utilizam. E é sob o status de “espaço potencial”²¹ que o jornalista Carlos Pernisa Júnior elabora o entendimento e verificação da interface como um espaço ambíguo e paradoxal de trocas entre ambientes heterogêneos como também afirma Lévy:

Para além de seu significado especializado em informática ou química, a noção de interface remete a operações de tradução, de estabelecimento de contato entre meios heterogêneos. Lembra ao mesmo tempo a comunicação (ou o transporte) e os processos transformadores necessários ao sucesso da transmissão. A interface mantém juntas as duas dimensões do devir: o movimento e a metamorfose. É a operadora da passagem. (LÉVY, 1993, p. 176).

Pernisa Júnior (2007) menciona ainda que as tecnologias da “atualidade”, aqui consideradas como as novas tecnologias, trazem variáveis que não haviam sido consideradas anteriormente e ao mencionar que Muniz Sodré defende que essa atualidade traz à interface uma roupagem de “linguagem, ideologia, prática, e retórica da era ciberespacial” (PERNISA JÚNIOR, 2007, p. 70), possibilita entender que aí também estão presentes as Linguagens Gráficas postuladas nesse trabalho e que nelas são desenhadas e ilustradas as práticas de representação e identificação, formatando também questões políticas, históricas e éticas. Desta forma, a interface gráfica será entendida aqui como um dispositivo de transcodificação; aquela que não só mantém os fluxos de informação, mas também exercita e expõe as práticas das Linguagens Gráficas e de representação simbólica, agindo como

comandos de usuárias e usuários que utilizam dispositivos eletrônicos como, por exemplo, computadores e telefones portáteis que possuem esta tecnologia.

²¹ Termo suscitado por Donald Woods Winnicott ao pesquisar a ação das brincadeiras infantis. Ver WINNICOTT, Donald Woods. **Playing and reality**. Psychology Press, 1971.

reprodutoras de significados e, portanto, também como edificadoras de identidades; é uma “janela” do ciberespaço que permite conhecer outras diferenças ou igualdades em relação a si, fazendo uso de Linguagens Gráficas e Auditivas, onde é possível desfrutar de brincadeiras lúdicas de entretenimento por meio dos jogos online.

Dentro do sistema visual, as imagens verbais e não verbais são as principais difusoras de informação nas interfaces visuais e é principalmente através das imagens não verbais que os jogos online guiam as crianças na execução das ações dentro do jogo. Aparici e Garcia-Matilla (2010) denunciam a vulnerabilidade infantil em relação às imagens icônicas que consomem:

una de las razones por las que los niños son tan vulnerables a los mensajes icónicas es que toman por realidad lo que ven en las imágenes, hasta el punto que tienden a identificarse con personajes imaginarios y situaciones lejanas a su propio entorno y a su propia historia (APARICI e GARCIA-MATILLA, 2010, p. 49).

Ainda segundo os autores, a distinção entre as imagens que textos verbais e imagens não verbais produzem está na recepção e produção mental como resultado da percepção de cada tipo dessas imagens. Prosseguem na defesa de que os textos verbais disponibilizam imagens mentais próprias em cada pessoa e torna possível que leitoras ou leitores de um livro, por exemplo, separem mais facilmente o conteúdo textual da realidade e decidam de forma interpretativa única e pessoal a relação existente entre aquele livro e suas representações. Por sua vez, as imagens em meios de comunicação audiovisuais possuem grande quantidade de combinações de imagens icônicas, indiciais e simbólicas pré-elaboradas em relação ao referente, que muitas vezes podem carregar consigo representações mais aproximadas dos objetos originais ou, dito de outra forma, podem substituir os objetos a que se assemelham e, assim, possuírem alto poder de sugestão.

De acordo com Peirce (2000) os ícones, índices e símbolos são os três tipos de representações dos signos que acompanham o fenômeno mental da “associação” e que ocorrem por similaridade (analogia) e/ou contiguidade (vizinhança). Entretanto, entendo o ícone como sendo mais do aquele que é obtido como resultado de uma conexão física por similaridade entre a imagem gráfica, como posto por Saussure (2008) em que o signo é inerente ao mundo da representação e constituído do

significante, que é sua parte material, e o significado, que está na esfera conceitual, mental – , e seu referente, ou seja, com o objeto. A “semelhança” do ícone gráfico ocorre entre a experiência perceptiva que se tem do referente e a experiência que sugere sua representação. Considero também que o ícone, na dimensão do reconhecimento da imagem gráfica, pela associação dos elementos formantes plurissensoriais percebidos como “estáveis” em uma forma única, ou seja, a figura, em seu plano de expressão ou conteúdo, é reconhecida *stricto sensu* (FONTANILLE, 2005). Desta forma a imagem, enquanto figura, é reconhecida de forma específica de acordo com o contexto referencial emocional, físico e sensorial de cada intérprete. São plurissensoriais, pois no momento da “transcrição” do signo a sensação visual não é isolada ou única; outras sensações perceptivas e ações (motor) são solicitadas como, por exemplo, a associação das sensações visuais e noções de profundidade em planos de fundo criadas pelos modos de registros de tons cromáticos:

É bastante conhecido que, se o vermelho *avança*, o azul *reua* e que, em consequência, se a separação dos tons quentes à base de vermelhos e dos tons à base dos azuis causa a impressão de profundidade, não é em razão se uma *semelhança* entre o espaço natural e o espaço representado, mas em razão de uma tradução entre duas maneiras de provocar o sentimento de movimento para frente ou para trás (Op. cit., p. 106).²²

O índice é constituído pela conexão causal que possui com o objeto que representa e, desta forma, é gerado tanto pela estabilidade das formas como, principalmente, pela contiguidade nos processos de tradução do signo. São exemplos de índices; marcas de pneus na estrada, fotografias ou uma janela com um vidro trincado indicando que foi atingida por alguma força externa a ele. O símbolo é todo aquele gerado a partir de uma contiguidade, ou seja, pela relação que tem com os atributos habituais da essência material do objeto representado. São exemplos de símbolos a cruz católica ou a bandeira nacional de um país. Estas representações sígnicas utilizam elementos perceptivos como a cor e a forma para persuadir através da representação de elementos

²² “Espaço natural” é descrito pelo autor como um objeto do mundo, chamado por ele de “mundano”, precedente a seu referido espaço representado, a exemplo de traços de desenho em uma folha de papel representando um objeto específico já existente.

perceptivos próprios da realidade como a textura, o volume e o aroma. É importante lembrar que nesta pesquisa a representação que a imagem gera é resultado de uma semelhança em relação a algo ou alguém que se encontra ausente e, por conseguinte, o conceito se amplia em ressonância ao pensamento de Roger Chartier (1991) que pensa as representações como expressões postas através de discursos. O autor foca os discursos como construções das realidades sociais em variados lugares e tempos organizados através de esquemas do intelecto que classificam, dividem e delimitam o mundo criando figuras que constroem os sentidos. Desta forma, as representações são objetos materiais dotados de sentidos, códigos e padrões que constituem uma história cultural do social, pois são compartilhados e modificados, justamente pelas possibilidades de serem construídos historicamente e determinados pelas relações de poder. Ao formular esse conceito de representação, Chartier se preocupava com os processos de produção de sentidos pelos sujeitos na flexibilidade das relações entre os textos e seus leitores. O foco desta pesquisa está na geração destas representações nos discursos produzidos retoricamente pelos elementos gráficos que constituem cenários e personagens de jogos online para crianças.

Há então as questões das linguagens que os designers se utilizam para chamar a atenção através de mensagens com imagens icônicas e imagens textuais. Deyan Sudjic, diretor do *Design Museum* de Londres e crítico de design, ao discorrer sobre situações de um mundo mergulhado em artefatos, menciona que a sedução e a manipulação não ocorrem somente no mundo físico, mas também nas formações das imagens mentais. Desta forma designers, ao forjar uma linguagem gráfica, convivem constantemente com paradoxos entre a função e o simbolismo dos artefatos, pois o resultado do seu trabalho é a representação do real através da manipulação das formas, das cores e das texturas (SUDJIC, 2010, p. 33). Em complementação à ideia de Sudjic (2010), há também os processos de representação através dos sistemas sonoros e táteis em artefatos audiovisuais computacionais. Nas imagens icônicas, sendo resultado de processos de criação, ocorrem associações indiciais e simbólicas das formas, cores e texturas com determinadas categorias construídas socialmente. Como exemplos, certos padrões morfológicos sugerem luxo a alguns materiais ou ainda padrões cromáticos sugerem a indicação simbólica de cores específicas para determinadas sexualidades. Tais fatos terminam por construir determinados estereótipos de gênero devido a constituições de convenções

impregnadas de valores sociais diferenciadores, pelas repetições constantes e pela familiaridade com os artefatos imagéticos.

A determinação de características das representações das imagens é feita muitas vezes de forma sutil utilizando referências visuais pautadas nos repertórios e experiências das pessoas. Então, Sudjic (2010) se refere ao design como aquela atividade que:

[...] pode servir para sinalizar e reforçar as marcas de casta de um sistema de classes [...] de noção de identidade – única, coletiva e pessoal. [...] O design é usado para moldar percepções de como os objetos devem ser compreendidos em meio a processos de comunicação direta e indireta, objetiva ou mais emocional com uma dinâmica cada vez maior. (SUDJIC, 2010: 50,51).

A função do design como uma atividade mediadora do processo de criação e consumo das imagens fica mais evidente quando se entende a importância do contexto social e histórico dessas imagens e de como elas podem gerar variados tipos de representações. Assim, designers levam em conta o contexto, como excelência, para projetar a aparência visual das imagens gráficas, não apenas como artefatos representantes de um estilo estético, mas também como representantes de determinadas épocas através de aspectos indiciais (GRUSZYNSKI, 1999).

2.2 TEMAS COMO ESTRATÉGIA DE GÊNERO NA CLASSIFICAÇÃO DOS JOGOS

Para realizar a análise das indicações e das imagens dos jogos presentes no ClickJogos considerarei os jogos e o Portal que os contém como “mídias digitais de entretenimento”. Entendo mídia digital como o conjunto das instituições que utilizam tecnologias e aparatos tecnológicos como veículo de comunicação, tendo como ponto central a informação em rede e baseadas nos mecanismos da indústria cultural, no tocante ao seu poder de gerar formas simbólicas significativas e de trabalhar os contextos sociais.

Como entretenimento, considero todas as ações que façam uso de estratégias massivas que, ao estimular reações no sistema nervoso humano, reúnem sentidos e emoções dentro de um descompromisso recompensado pela diversão (GABLER, 1998). Aproximam-se assim da

concepção de lazer, que tem suas bases no “tempo livre”, em oposição a “outras categorias de tempo da obrigação (trabalho, escola, família) e do compromisso (religião e partidos políticos)” (PRONOVOST, 2011, p. 25) e estão ligadas a uma sociologia dos tempos sociais. Predominantemente, o entretenimento está ligado ao sentido dado por Luhmann (2005) e mencionado por Serelle (2010), em que há uma rejeição a qualquer definição ligada ao pedagógico, aproximando-se da ficção no sentido de promover ilusões como construções de realidades autônomas, a princípio desobrigadas das coerências históricas. Por conseguinte, ainda segundo o autor, o entretenimento não determina, mas oferece conjuntos de experiências que permitem ao sujeito “trabalhar a própria identidade” (LUHMANN, 2005, p.107). É importante frisar que a rejeição ao pedagógico não exclui situações e ações ligadas ao aprendizado que os suportes tecnológicos e linguagens criam para que os jogos online sejam jogáveis.

Os jogos online oferecem às crianças algumas temáticas e discursos ligados ao cotidiano das práticas realizadas em seus contextos sociais, massivamente baseadas em atividades de adultos. Estas práticas se refletem em suas brincadeiras e brinquedos, mesmo em brincadeiras tradicionais como as brincadeiras de roda, que refletem narrativas sociais de suas épocas ou quando utilizam brinquedos que são mimeses miniaturizadas de artefatos fabricados por adultos na execução de tarefas diárias. Assim, considero os jogos online, nesta pesquisa, como correspondentes aos brinquedos, que promovem as práticas das brincadeiras e, como eles, os jogos criam circunstâncias imaginárias de acordo com a formatação gráfica de cenários e personagens dos jogos online. Persigo o pensamento de Vygotsky (1994) quando observa que

A situação imaginária de qualquer forma de brinquedo já contém regras de comportamento, embora possa não ser um jogo com regras formais estabelecidas a priori. A criança imagina-se como mãe e a boneca como criança e, dessa forma, deve obedecer as regras do comportamento maternal. (Vygotsky, 1994, p. 124).

Exemplo de que as brincadeiras há muito tempo traduzem o contexto social considerado adulto é dado por Leite (1984) quando desmitifica o canto e a letra de uma antiga cantiga que alegrava a brincadeira das meninas, evidenciando a relação das brincadeiras com o

contexto social, com os costumes nos anos 30 do Século XX, que já apresentavam retóricas pautadas nos usos de gênero:

Entre os brinquedos infantis havia um especificamente feminino, constava de uma quadrilha dançada por uma fileira de meninas, de mãos dadas, de frente para uma menina isolada. *“Eu sou pobre, pobre, pobre de ma ré, ma ré, ma ré [...] Eu sou rica, rica, rica de ma ré, ma ré, ma ré (LEITE, 1984, p. 47).*

Para a autora, o canto da brincadeira exprime a consciência das desigualdades sociais da população e a proporção inversa entre a riqueza e o número de filhos. Outro fato social refletido pela brincadeira é através do movimento das crianças, como uma espécie de jogo, onde há a apropriação do trabalho das filhas da mulher pobre pela mulher rica. São as dinâmicas e narrativas da brincadeira sugestionando os modos de relações de poder desde as primeiras infâncias.

De forma semelhante, as seções temáticas classificadas pelo ClickJogos utilizam a mesma relação de semelhança da vida prática adulta com os brinquedos e brincadeiras para oferecer os jogos online às crianças, expondo-os de forma lúdica e classificando-os. Eles podem ser acessados de acordo com suas analogias com as brincadeiras e brinquedos tradicionais. A página principal do ClickJogos possui uma organização geral dos temas dos jogos que expõe de forma segregada seus estilos diversos e encontram-se no *menu* vertical lateral esquerdo com hyperlinks na cor vermelha, como já mencionado no início deste capítulo (ver Figura 1). Para esta fase da pesquisa utilizo a visualização dos hyperlinks como os “mais populares” e com a periodicidade de “sempre”.

O recorte de dez temas selecionados a partir da página inicial do ClickJogos foi feito, além das justificativas já colocadas, devido à presença de uma grande quantidade de seções, assim como modos de visualização que dividem os jogos em uma grande quantidade de subseções. Elas se assemelham ou podem reagrupar-se em outras seções do mesmo *menu* e, da mesma forma, alguns jogos são interseccionados por duas ou três seções diferentes. No Quadro 1 é mostrada a disposição dos temas, que são homônimos de algumas seções, em relação as suas quantidades de páginas que indicam os jogos online, média de hyperlinks por página, total de indicações em hyperlinks em cor vermelha e a quantidade de hyperlinks em cor rosa:

Quadro 1 – Quantificação de indicação de jogos online de dez categorias na página inicial do ClickJogos. Dados contabilizados em 12/5/2014.

<i>Tema</i>	<i>Quant. de Páginas</i>	<i>Média de hyperlinks / página</i>	<i>Total de links</i>	<i>Links vermelhos</i>	<i>Links Rosa</i>
Jogos de Futebol	07	44	268	264 (98,5%)	04 (1,5%)
Jogos de Carros	26	44	1.130	1.103 (97,6%)	27 (2,4%)
Jogos de Administrar	18	44	760	303 (39,8%)	457 (60,2%)
Jogos de Agilidade	102	44	4449	2229 (49,9%)	2220 (50,1%)
Jogos de Ação e Aventura	125	44	5459	5418 (99,2%)	41 (0,8%)
Jogos de Cozinhar	33	36	1.177	146 (12,4%)	1.031 (87,6%)
Jogos de Estratégia	18	44	781	781 (100%)	00 (0,0%)
Jogos de Luta	13	44	561	560 (99,8%)	01 (0,2%)
Jogos de Esporte	33	44	1422	1414 (99,4%)	08 (0,6%)
Jogos Multiplayer	09	44	369	360 (97,5%)	09 (2,5%)

Como pode ser observado, os temas de “Futebol”, “Carros”, “Ação e Aventura”, “Luta”, “Esporte” e “Multiplayer” possuem baixa representatividade quantitativa de “jogos de meninas” de acordo com a classificação dada pelo ClickJogos. O tema “Futebol” é o que possui menor quantidade de jogos prescritos para meninas. O tema “Estratégia” não possui qualquer jogo destinado às meninas, enquanto que os jogos de “Cozinhar” e “Administrar” possuem uma maior quantidade de jogos prescritos para elas. O tema “Agilidade” é o único tema que traz uma quantidade de jogos equivalentes entre jogos com hyperlinks em cor vermelha e em cor rosa. Para conhecer um pouco mais sobre quais jogos são exibidos e como são postos em algumas destas seções, apresento as indicações de três jogos resultantes da ordenação “mais populares” com hyperlinks vermelhos e três indicadores de jogos com a mesma ordenação, mas com hyperlinks em cor rosa.

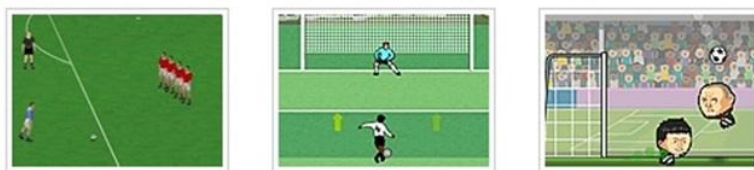
Na seção “Futebol” a criança é remetida a uma página interna que mostra os primeiros quarenta e quatro ícones indicativos com hyperlinks

para jogos rotulados como “jogos de futebol” e mantém a mesma disposição do *menu* inicial mostrando as outras seções. Em uma análise quantitativa referente à incidência de jogos de futebol nessa seção, foi contabilizado um total de 268 ícones com hyperlinks direcionados para jogos online distribuídos em sete páginas internas sequenciais. Quatro indicações de jogos aparecem com hyperlinks em cor rosa; três delas são mostradas na Figura 8; As outras 264 indicações de jogos são apresentadas em cor vermelha; novamente três exemplos são evidenciados na Figura 9.

Figura 8– Três dos quatro jogos com hyperlinks em cor rosa, classificados como “jogos de meninas” na categoria “Futebol”. Estão apresentados aqui na ordem de visualização dos mais populares. Selecionados em 13/05/2014.



Figura 9 – Exemplo de três indicações de jogos, das 264 indicações de jogos que contém hyperlinks em cor vermelha na categoria “Futebol. Selecionados em 13/05/2014.



Pela visualização em “mais populares” e “sempre” são mostrados os três jogos mais acessados. O primeiro é o jogo City Soccer Shootout, que aparece na segunda página de navegação como o 78º jogo mais acessado e no hyperlink indicativo do jogo convida a jogar futebol com três meninas como personagens. O jogo David Beckham Dress Up, que aparece na terceira página da navegação e está como o 83º jogo mais acessado oferece opções de peças de uniformes para vestir um dos famosos jogadores do futebol inglês. A terceira indicação é para o jogo

Soccer for Girls e convida a jogar na marcação de gols. As marcações de gênero apresentam-se nas representações de algumas práticas do esporte nas imagens que constituem as cenas dos jogos. Os jogos City Soccer Shootout e o Soccer for Girls utilizam a abordagem dos pênaltis como temática central e o jogo David Beckham Dress Up faz uso da prática cultural dada como “de mulheres”, referente ao cuidado estético do corpo através da moda. O jogador David Beckham “empresta” a imagem de seu corpo para que a criança o componha com peças de vestuário próprio para jogadores. O Soccer for Girls emprega códigos cromáticos, como os tons de rosa e amarelos fortes (Figura 08) em contraste aos tons de verde característicos dos gramados dos campos de futebol. Dessa forma, feminizam a prática do esporte com o intuito de aproximar e estimular o uso da modalidade para meninas. De origem coreana, o jogo utiliza as formas corporais de personagens com desproporcionalidade cefálica em relação ao tronco e membros, que correspondem à estética visual dos desenhos *mangá* dos quadrinhos japoneses e concretizam a marcação da infantilidade do jogo. Essa estética visual é aplicada em personagens que ilustram meninas e meninos e portanto não fazem marcações visuais de gênero.

Figura 10 – Tela inicial do jogo Soccer for Girls. <http://ClickJogos.uol.com.br/Jogos-online/Meninas/Soccer-For-Girl>. Acessado em 14/05/2014.



Apesar da presença de alguns apelos para aproximação de determinados jogos com temáticas consideradas “de meninos” na cultura brasileira, a quantidade de jogos oferecida em que as personagens estão centradas prioritariamente em imagens baseadas nas representações das feminilidades dentro das ações do jogo não condiz com a realidade social contemporânea ocidental em que as meninas concorrem os espaços esportivos de quadras de futebol, uma vez que o interesse delas pelo esporte como entretenimento ou como profissão é atualmente mais aceito e mais procurado. O interesse na produção e oferecimento de jogos com essas características ainda contempla resistências ao fato de que meninas e mulheres cada vez mais passam a experimentar atributos de gênero que não são esperados para o seu sexo (FRIEDERICHS, 2008). Esta resistência em relação aos esportes no Brasil, principalmente em relação ao futebol, tem fatores arraigados aos modos como as mulheres brasileiras utilizavam seu tempo livre. Segundo estudos de Raquel de Barros Miguel e Carmen Rial, através de normas há regulações de como as mulheres brasileiras ocupavam e, muitas vezes, ainda ocupam seu tempo, estreitando a relação entre seu lazer e as ocupações domésticas e familiares, como ser mãe, dona de casa e esposa. Onde estão estas normas? Ainda segundo as pesquisadoras, estão em discursos de autoridades, nas leis, nas mídias e atingem mulheres casadas e solteiras com ou sem filhos. No Brasil da década de 1960, muitas formas de lazer eram reprimidas para as mulheres, salvo não se importassem com as censuras de familiares, vizinhos, autoridades religiosas e do governo. Assim, em relação aos esportes como lazer, as arquibancadas eram o lugar concedido às mulheres nessa década, pois desde 1941²³ uma lei proibia as mulheres de jogar e em 1965 o veto foi reforçado com a especificação da palavra “futebol” em seu texto. As justificativas advinham de controles de profissionais da área de saúde, que apontavam riscos aos órgãos reprodutores femininos ao jogar futebol.

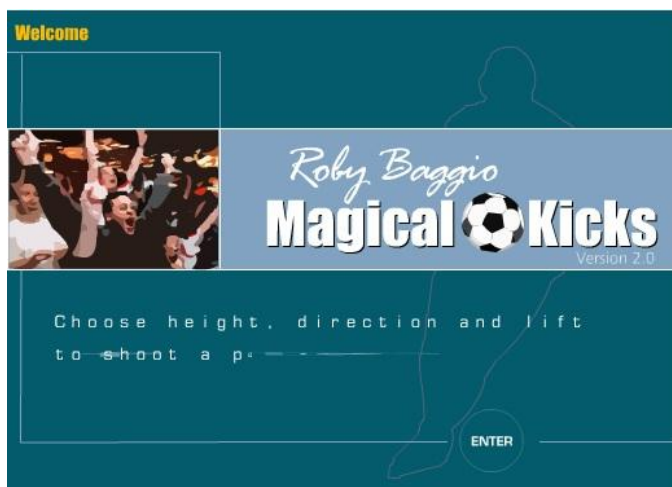
A Figura 9 expõe os três jogos mais populares que aparecem logo na primeira página da seção “Futebol” no ClickJogos e correspondem respectivamente ao primeiro, segundo e terceiro lugares em incidência de acessos. Os dois primeiros jogos, o Roby Baggio - Magical Kicks e o

²³ Miguel e Rial (2012) citam o Decreto-lei de 14 de abril de 1941 no Artigo 54 que tratava da organização do desporto no Brasil através da criação da Confederação Nacional de Desportos e dos Conselhos Regionais: “Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com sua natureza, devendo, para este efeito, o Conselho Nacional de Desportos baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país” (p. 167).

Penalty Fever utilizam também a abordagem dos pênaltis como temática e o terceiro, o Sports Heads Football Championship, utiliza a abordagem jogador versus jogador com o objetivo de fazer gols na trave contrária. Todos os três jogos citados utilizam como cenário os campos de futebol e as traves e o uso de cores e tonalidades frias e sombreadas, como os azuis escuros e brancos e pretos formatando elementos, como por exemplo, a Figura 11 com o jogo Roby Baggio - Magical Kicks, que representa o padrão cromático dos jogos deste tema com tons mais “frios”, como os tons azuis, e com menos variações de diferentes matizes.

A seção “Agilidade”, que no aspecto quantitativo oferece um total de 4.449 jogos, sugere aproximadamente metade desse total de indicações em hyperlinks em cor rosa e as demais indicações apresentam links em vermelho. Uma vez acionado o hyperlink referente à seção em questão, os três jogos mais populares que apresentam os

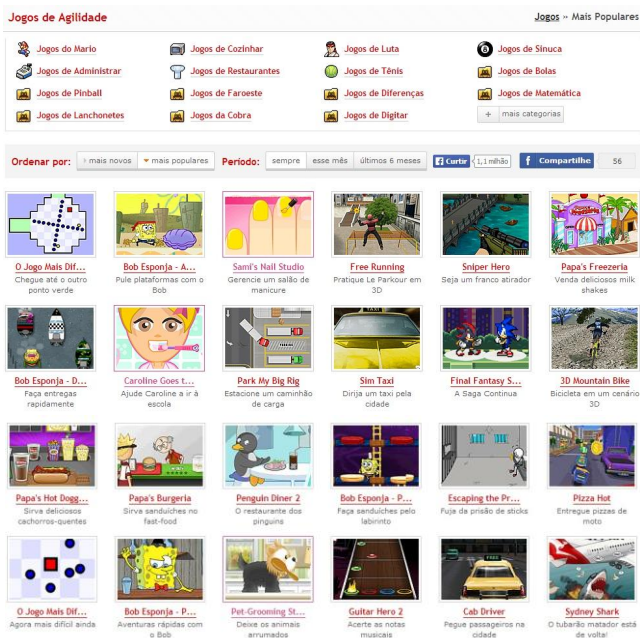
Figura 11 – Tela inicial do jogo Roby Baggio - Magical Kicks.
<http://ClickJogos.uol.com.br/Jogos-online/Meninas/Soccer-For-Girl>.
 Acessado em 14/05/2014.



hyperlinks vermelhos são *O Jogo Mais Difícil do Mundo*, *Bob Esponja a Corrida do Fantasma Holandes* e *Free Running* (Figura 12). No

primeiro destes três jogos, *O Jogo Mais Difícil do Mundo*, a criança jogadora tem o objetivo de completar trinta níveis. Em todos, ela deve mover um pequeno ponto quadrado vermelho de uma área verde para outra sem tocar nas bolas azuis, que estão em constante movimento (Figura 19). O jogo *Bob Esponja a Corrida do Fantasma Holandês* tem a jogabilidade baseada em ações como corrida, pulos, agachamentos do personagem principal para superar os obstáculos postos ao longo do cenário do jogo (Figura 14). Estas ações dependem da agilidade que a criança tem com os periféricos do computador (teclado) e por isso é classificado como jogo de agilidade, pois a mecânica do jogo associa as ações do personagem aos botões de controle periféricos. O jogo *Free Running* também relaciona a agilidade que a criança tem com o uso dos periféricos do computador com as ações do personagem no ambiente do cenário, que vai mudando à medida que o personagem vai avançando e ultrapassando os obstáculos (Figura 15).

Figura 12– Tela inicial da seção “Agilidade”. Acessado em 15/05/2014.



Quanto aos jogos com indicações para meninas (Figura 12), os três mais acessados são o Sami's Nail Studio, que convida a criança a gerenciar um salão de beleza para as mãos (Figura 16) e possui ações como pintar e secar as unhas das clientes do salão como desafios (Figura 17). No jogo Caroline Goes to School, a criança deve auxiliar a personagem a realizar de forma correta os cuidados de higiene para que ela possa ir à escola (Figura 18) e o Pet-Grooming Studio aborda os cuidados com os animais domésticos (Figura 12). Todos os três últimos jogos utilizam o mouse para executar as ações do jogo e se baseiam na habilidade que a criança possui em manusear este periférico.

Figura 13– Tela *ingame* de O jogo mais difícil do mundo. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Puzzle/O-Jogo-Mais-Dificil-Do-Mundo>>. Acessado em 14/05/2014.

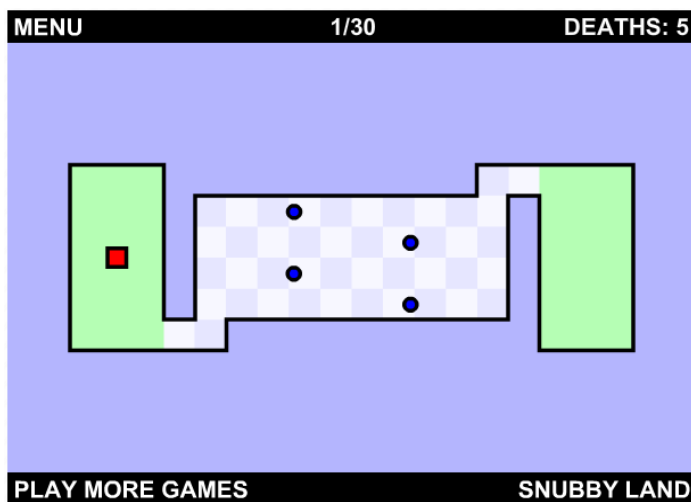


Figura 14 – Tela *ingame* do jogo Bob Esponja – A corrida do fantasma holandês. Disponível em <http://www.clickjogos.com.br/jogos/bob-esponja-a-corrida-do-fantasma-holandês>. Acessado em 16/05/2014.



Figura 15 – Tela *ingame* do jogo Free Running. Disponível em <http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Agilidade/Free-Running/#Free-Running>. Acessado em 16/05/2014.



Figura 16 – Tela *ingame* do jogo Sami's Nail Studio. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Meninas/Samis-Nail-Studio>>. Acessado em 16/05/2014.

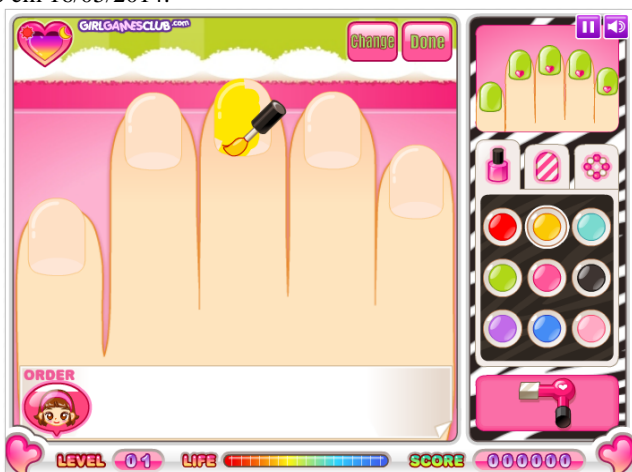


Figura 17 – Tela *ingame* do jogo Caroline goes to school. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/caroline-goes-to-school>>. Acessado em 16/05/2014.



Figura 18 – Tela *ingame* do jogo Pet-Grooming Studio. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Meninas/Pet-Grooming-Studio/#>>. Acessado em 16/05/2014.



Importante observar que muitos jogos classificados como de “Agilidade” para meninas estão relacionados às práticas dos cuidados maternos, da estética relacionada a beleza corporal e dos cuidados de afazeres domésticos. Tal fato sugere uma naturalização dessas práticas como de meninas e de mulheres. Sugerem o essencialismo, quando orientam, prescrevem e segregam essas práticas apenas como “de meninas”. A situação acorda com Susan Bordo (2000) quando alude que:

dentro do mundo social existem aqueles que ocupam a posição não específica do “essencial”, do universal, do humano, e aqueles que são definidos, reduzidos e marcados por sua diferença (sexual, racial, religiosa) em relação à norma. As realizações dos que são assim definidos — como o Outro — nem sempre podem ser menosprezadas (BORDO, 2000, p. 11)

Ao considerar que os jogos online reproduzem e pedagogizam as práticas sociais adultas, quando dão o caráter lúdico a suas imagens e ações de entretenimento, observo que o tratamento dispensado através da quantidade de jogos online e os modos como são oferecidos pelo

ClickJogos terminam por reforçar determinadas condições às quais as mulheres ainda são submetidas, direcionando determinadas práticas ao seu sexo biológico percebido desde a sua infância. Eles podem, assim, sugerir construções identitárias das meninas moldadas em relações limitadas na heteronormatividade e oferecidas na crença de situações “universalizadas” e “naturais” pautadas no modelo masculino como norma. Confirmam a denúncia de Michéle Ferrand²⁴ quando menciona que as mulheres nascem em uma sociedade formatada pelas relações de gênero e que, muitas vezes, as próprias mulheres reproduzem práticas que alocam posições sociais sob o domínio masculino, o que permite haver o processo de “‘biologização do social’ e a ‘socialização do biológico’; ou seja, que o social interpretava o sexo biológico, conferindo-lhe um determinado sentido” (GROSSI, et al., 2005, p. 681). Dessa forma, podemos concluir que os arranjos oferecidos pelo ClickJogos reforçam as temáticas sociais relacionadas ao discurso das representações das ações de “combate”, de “disputas” através da força, da “hostilidade” e ainda do “raciocínio” e da “reflexão” como atributos imanentes das condições masculinas, enquanto que atributos como a “docilidade”, a “fragilidade”, o “zelo” e a “beleza” são postos como estigmas da condição das meninas e mulheres.

Finalmente, é importante apontar que os códigos gráficos utilizados nas imagens, como os cromáticos e os morfológicos, também instigam interpretações de simetria ou assimetria nos usos de gênero, no intuito de exercer os mesmos reforços das temáticas sociais aqui discutidas e agem em conjunto nas formatações das interfaces dos jogos, instigando esta pesquisa a direcionar suas investigações no que concerne às ocorrências representativas gráficas dentro dos jogos online infantis que o *website* disponibiliza. Assim, há uma preocupação desta pesquisa na factual produção de identificações projetadas nos arranjos dos espaços lúdicos virtuais e, uma vez que as meninas aceitam e assumem certas práticas para si, iniciam processos de coadunação cultural destas práticas apreendidas nas relações entre interfaces e sujeito. A partir das exposições dos dados colocados, a investigação continua no sentido de averiguar os modos como os corpos são representados nas narrativas visuais dentro dos jogos online oferecidos pelo ClickJogos.

²⁴ Entrevista cedida às pesquisadoras Mirian Grossi, Mara Lago e Carmen Rial e publicada pela Revista de Estudos feministas, Florianópolis, n. 13 v.3, setembro-dezembro, 2005.

2.2.1 Imagens como discursos virtualizados

Ao falar de construção de identidades projetadas em imagens como discurso visualizado pelas crianças, faz-se necessário perpassar por algumas discussões e conceitos sobre a imagem e seus desdobramentos acolhidos por esse trabalho. Compartilho o crédito que Santos (2010, p. 65) dá às imagens como sendo “instrumentos de leitura a partir dos quais é possível inferir sobre os fenômenos da vida social” e que para compreendê-las necessita-se de aprendizado (idem, p. 66) e esforço interpretativo. Fátima Pombo se refere à interpretação quando diz que nela

existe algo de infinito e de suposta renovação. Uma interpretação significativa é ativa, subjetiva, criativa e, por conseguinte, implica esforço. Esse é o fascínio da forma e do pensamento. Refletir é também fazer rodar o “carrossel das imagens da coisa” (Gilles Deleuze), mas também significa recuperar desse carrossel as consequências das imagens e determinar as formas de as abordar e as fazer aparecer. A expressão ‘isto quer dizer’ participa de uma contingência ontológica que permite a cada um dos enfoques a qualidade de inaugurar um sentido (uma verdade?) e aumentar o artifício; ou seja, a cultura (um modo singular de dizer) (POMBO, 2007, p. 97)

Twyman (1979) considera a imagem como uma representação figurativa de algo real ou imaginário, dotada de propriedades icônicas²⁵ diretas com aquilo que representa. Assim, o caráter polissêmico da imagem é defendido nesse trabalho com observação nas ilustrações, compreendidas aqui como signos portadores das técnicas e plásticas da pintura, da fotografia, do desenho, da gravura e cenografia, tanto tradicionais como digitais. São estes elementos gráficos que auxiliam o olhar e a leitura da imagem de forma a possibilitar as suas significações. Dispostos em seu suporte como mídia, e em comunhão com a linguagem verbal, são elaborados com a função de direcionar a construção dos significados através da sintaxe dos elementos gráficos dispostos através de uma hierarquia visual e que direciona o olhar das pessoas receptoras da imagem na condição de ilustração. Ao falar do caráter variado dos conceitos de imagem e das confusões que se faz ao discernir as

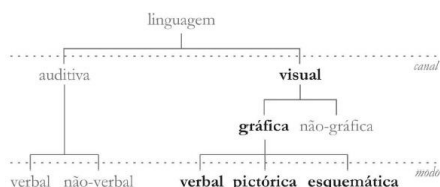
²⁵ Refere-se ao signo que tem um alto grau de fidelidade com o objeto representado.

condições das imagens estáticas na contemporaneidade, Joly fala de como a “nossa infância ensinou-nos também que podíamos ser sábios como as imagens”, assim também como podem “cristalizar um pouco mais sob a forma de estereótipo e tornar-se então numa imagem de Épinal”²⁶ (JOLY, 1996, p. 17). Podemos entender então que as imagens podem ser textos visuais, ou seja, elas agem igualmente como um meio de comunicação que possui códigos, normas e imposições da linguagem verbal. Por sua vez, o texto também se apresenta graficamente, portanto as nuances dos desenhos das unidades tipográficas (letras ou caracteres) que o compõe sugerem significados implícitos, comprovando que o texto também apresenta um discurso imagético. Textos também são imagens!

Ao considerar essa via dupla da imagem, Twyman (1979) propõe um esquema de classificação da linguagem seccionando-a em dois canais, a saber, o auditivo e o visual (Figura 19). A linguagem visual é decomposta em linguagem visual gráfica e não-gráfica. O canal visual gráfico, que é o foco de interesse desse trabalho, acontece pelos modos verbal, pictórico e esquemático.

A Linguagem Gráfica Verbal opera com os meios de simbolização através de sistemas alfanuméricos, ou seja, utiliza palavras compostas de letras de alfabetos e números baseados em sistemas algoritmos. Segundo Silva e Coutinho (2010) esse tipo de linguagem pode ser combinado e configurado de várias formas utilizando seus elementos intrínsecos e extrínsecos. Os elementos intrínsecos se referem

Figura 19 - Esquema de classificação da linguagem (TWYMAN, 1979).



²⁶ A expressão “imagem de Épinal”, utilizada por Joly, é uma expressão portuguesa utilizada para se referir à visão infantil das imagens, de significado ingênuo e sempre refletindo o lado “bom” dos fatos, sem levar em conta as tensões históricas envolvidas na construção das representações, especialmente quando se trata da representação do outro, expressando menos as semelhanças e mais as diferenças (PALHARES, 2014). Ver PALHARES, Leonardo Machado. As ilustrações nos livros didáticos de história: reflexões sobre suas potencialidades como fonte para as pesquisas sobre ensino de história. **Revista de História da UEG**, v. 2, n. 2, p. 123-146, 2014.

à morfologia do tipo (letra ou caractere) como, por exemplo, a família tipográfica utilizada, o uso de Caixa Alta (letras maiúsculas) ou Caixa Baixa (letras minúsculas), determinação do corpo, o uso da cor e contrastes etc. Os elementos extrínsecos se direcionam àquelas características de composição geral do texto como entrelinhamento, colocação de colunagens, alinhamento, recuos etc. A Linguagem Gráfica Verbal pode ser elaborada manualmente (escrita), de forma mecanizada (por exemplo, máquinas de escrever) ou eletrônica (em computadores, por meio de softwares). Na Linguagem Gráfica Pictórica estão presentes as imagens que utilizam as técnicas plásticas de representação que incluem desenhos, pinturas, colagens e fotografias, manipuladas ou não por editores de imagem, como softwares. A Linguagem Gráfica Esquemática está deslocada das categorias anteriores, pois faz uso de elementos não-verbais e não-pictóricos como, por exemplo, o uso de barras e fios para organizar blocos de textos nos espaços de um *layout*. Apesar da segregação triádica da linguagem gráfica, frequentemente há nas imagens gráficas a presença concomitante das três linguagens. Desta maneira, abandonam-se nesse trabalho os termos “verbal” e “não-verbal” para designar as linguagens escritas e as imagens sem o uso de textos. Assumem-se aqui os termos utilizados no esquema de Twyman (1979) para designar as Linguagens Gráficas presentes nas imagens. A Linguagem refere-se àquela que edifica os fenômenos culturais da comunicação (COUTINHO, 2003), enquanto práticas de representação para construir, delimitar e manter os significados dos signos, fazendo com que os fatos e atos sejam registrados e constituídos socialmente através deles (SANTOS, 2010, p. 75). A representação está aqui assentada no que lhe é semelhante e se encontra ausente, onde as práticas da busca pelo sentido se conjugam em “trazer à luz o que se assemelha” (FOUCAULT, 1990, p. 85). Assim, tendo os indivíduos como edificadores dos conhecimentos de mundo, Coutinho (2003) e Santos (2010) concordam que a visão de um essencialismo das coisas cai por terra. É esta posição que este trabalho assume como pressuposto.

A Linguagem Gráfica Visual surge então das práticas das representações em conjunto com os usos das linguagens formatadas pela cultura e colocadas em práticas discursivas. Além de ser um processo cognitivo (QUENTAL, 2009), a representação é o produto da associação das experiências do mundo exterior sensível com o mundo interior da sensação. Considero que esta mediação acontece no sujeito, o qual

constrói a representação no momento em que elabora a imagem, como por exemplo, uma ilustração, de forma contemplativa ou modifica seu significado inicial, num processo de alteridade. Assim, “nunca nos sentimos existir a não ser após termos já tomado contato com os outros, e a nossa reflexão é sempre o regresso a nós mesmos, que, por outro lado, muito deve à nossa frequência de outrem” (PONTY, 2002:51). O contexto é dado pela atuação do sistema de produção cultural e da linguagem, onde então se entende que a “abertura do mundo implica também a abertura ao outro” (POMBO, 1992, p. 116). Quental (2009, p. 100) assume o conceito de imagem como a ideia de “algo estruturado, previamente estabelecido e que permite ao mundo revelar-se”; é “a ideia que cada um tem do mundo”. Distante da intenção de conceituar profundamente a imagem, contempla-se a instância de que, pensada como a materialização de uma ideia estruturada de acordo com o conhecimento e experiências de cada sujeito, é a partir da construção destas imagens que se pode encontrar a produção das ilustrações. Estas ponderações acerca da ilustração como materialização da imagem servirão para embasar as análises das ilustrações contidas nos cenários dos jogos; ilustrações que constroem ideias, imagens das mulheres e meninas e confirmam práticas destinadas a elas. Posto isto, a ilustração é assumida aqui como uma codificação de uma imagem previamente elaborada pelo sujeito através do “entendimento da cultura que estava por trás da aparência das coisas” (GLASER, 2003) formando discursos que encarnam conteúdos narrativos. Tal entendimento não tem a pretensão de negar ou diminuir a ilustração de sua função, por vezes, de também documentar a realidade, pois mesmo aí está ao menos “implícito o ilustrador, porque essa representação corresponde a um entendimento do contexto contaminado pela genética, as memórias e as experiências do seu autor” (QUENTAL, 2009, p.101).

A narrativa é colocada por Barthes como toda aquela que é

capaz de ser transmitida por linguagem articulada, falada ou escrita, imagens fixas ou em movimento, gestos, e a mistura ordenada de todas estas matérias; a narrativa está presente no mito, na lenda, na fábula, no conto, na novela, épico, história, tragédia, drama, comédia, mímica, pintura (...), vitral, cinema, banda desenhada, notícias, conversação. Além do mais, sob esta quase infinita diversidade de formas, a narrativa está presente em todas as épocas, em todos os lugares, em todas as sociedades; começa com o

princípio da história da humanidade e em parte alguma houve ou há pessoas sem narrativa (BARTHES, 1977, p. 79)

Então, é importante mencionar que as narrativas neste trabalho são acolhidas como aquelas transmitidas através das imagens com Linguagens Gráficas Pictóricas e Esquemáticas, estáticas ou animadas nos jogos online, que contam histórias ou descrevem algo, sem a obrigação do uso ou auxílio da linguagem gráfica verbal. Elas são parte importante da composição das imagens enquanto ilustração e entendo que, dentro das ilustrações digitais, são elementos constituintes da elaboração de conceitos de gênero nos cenários dos jogos online.

As disposições dos elementos das Linguagens Gráficas Verbais e Pictóricas como discursos interferem na constituição das identidades de gênero, ao representarem e utilizarem práticas e discursos normativos de gênero; Emitem e reproduzem valores através de encenações e narrativas performáticas nas ações de incorporações colocadas em atos que podem ser expressas nos hábitos corporais (Butler, 2002). Butler defende a identidade de gênero como histórica, cultural e particular em relação a como os significados são percebidos pelos indivíduos que, por sua vez, são agentes multiplicadores de práticas sociais. Com base nas ideias de Butler (2002), Santos (2010) compreende que a subjetividade de gênero é um processo que se constitui por intermédio das normas heterossexuais impostas como padronização hegemônica, reificando as dicotomias entre os sexos através de repetições contínuas dessas práticas (Butler, 2002).

Desta forma, em primeiro lugar infere-se aqui que, com base na análise quantitativa mostrada no Quadro 1, os jogos veiculados em meio virtual no [ClickJogos](#) ainda não são lugares privilegiados ou de paridade para as meninas em relação aos meninos, uma vez que os jogos que estão reunidos na seção “Meninas” aparecem também em quase todas as outras seções, mas na maioria das vezes em menor número. Importante observar também que não somente as meninas sofrem uma exclusão pelo fato existir uma seção de jogos destinada a elas, mas de forma equivalente os meninos são excluídos destes jogos justamente pelas prescrições que eles possuem.

O próximo capítulo é reservado a percorrer momentos da história de luta das mulheres e dos pensamentos e estudos feministas em combate à invisibilidade das mulheres, principalmente no interior das narrativas políticas, econômicas e sociais presentes nas novas tecnologias. Visto que investigo aqui a presença e ausência das

representações femininas através das configurações gráficas das imagens dos jogos online infantis, julgo imperativo visitar estes contextos para entender mais adiante as possíveis posturas representadas e categorizadas naquelas imagens.

3 MULHERES E MENINAS NAS NOVAS TECNOLOGIAS

A causa maior da investigação contida nesta pesquisa está em entender como os arranjos de elementos gráficos, que compõem as imagens dos jogos online infantis no ClickJogos, fazem usos de gênero, principalmente no tocante à condição das feminilidades contidas nestas arranjos. Assim, pressuponho ser importante discorrer acerca do pensamento das mulheres e feministas sobre suas próprias condições sociais e culturais, uma vez que há nas imagens destes jogos variadas formas de representações de suas diversas figurações.

Acredito que o melhor caminho seja iniciar este traçado com o discernimento de termos e conceituações básicas construídas e lavradas pelos estudos feministas e as lutas das mulheres ao longo da história. Este terceiro capítulo inicia então com a discussão em torno do termo “gênero” para através dele discorrer sobre a história das mulheres e feministas acerca de suas competências nas áreas da tecnologia informática.

3.1 AS RELAÇÕES DE GÊNERO NOS JOGOS ONLINE INFANTIS

Na área comercial dos jogos eletrônicos, o uso do termo “gênero” é, na maioria das vezes na indústria de vendas do produto, utilizado para classificar tipos de jogos ou ainda para uma concomitante indicação de faixa etária ou estilo mais apropriado para cada jogador. Este arranjo classificatório também ocorre no cinema e na música. Desta forma e neste contexto, o termo “gênero” é um termo de abordagem classificatória e necessário a estas áreas da indústria multimídia.

O termo “gênero” também é utilizado na linguística como classificatório:

Ao procurar o verbete “gênero” no *American Heritage Dictionary of the English Language*, constatamos que se trata basicamente de um termo classificatório. É uma categoria gramatical pela

qual palavras e outras formas gramaticais são classificadas de acordo não só com sexo ou com a ausência de sexo (categoria específica denominada “gênero natural” e típica da língua inglesa, por exemplo), mas também com outras propriedades, como as características morfológicas do que se denomina “gênero gramatical”, encontrado nas línguas românicas, por exemplo. (Lembro-me de um trabalho de Roman Jakobson intitulado “O sexo dos corpos celestes” no qual, após analisar o gênero das palavras sol e lua numa grande variedade de línguas, chega à estimulante conclusão de que não se pode detectar nenhum modelo que apoie a ideia de uma lei universal determinante da masculinidade ou da feminilidade do sol ou da lua. Pelo que levantamos as mãos aos céus) (LAURETIS, 1987, p. 209).

Por certo, Lauretis continua desenvolvendo seu ensaio com outros significados do termo “gênero”, porém seu contexto aqui estará submerso no campo das Ciências Sociais e com investigações de suas correntes teóricas e como categoria de análise. Tal abordagem vai além do simples fato de utilizar o termo gênero apenas como um termo classificatório de pessoas em uma sociedade segundo seu sexo biológico.

Segundo as formulações de Laqueur (2001), as relações de gênero, com suas relações sociais imbricadas, complexas e com o reconhecimento do masculino e do feminino, existiam há muito tempo. O modo de ver a constituição dos sexos genitais no corpo humano foi o que mudou, ou como ele mesmo intitula, foi inventado. Laqueur (2001) acredita que gênero é o verdadeiro universal e o sexo uma invenção cronológica relativamente nova na história humana.

Assim, a submissão e invisibilidade das mulheres é, como a categoria gênero, uma invenção social humana, e o motivo pelo qual as mulheres se encontram ausentes na história oficial é o de que:

[...] diz respeito à natureza da história tradicional assim como àqueles que a escrevem. Os homens, enquanto transmissores tradicionais da cultura na sociedade, incluindo o registro histórico, veicularam aquilo que consideravam e julgavam importante. Na medida em que as atividades das

mulheres se diferenciam consideravelmente das suas, elas foram consideradas sem significação e até indignas de menção. Por isso as mulheres permaneceram à margem das principais relações do desenvolvimento histórico (HAHNER, 1981, p.14).

Por outro lado, Scott (1988) historiciza a diferença sexual como anterior à de gênero. Na década de 1980, ela suscitou a ideia de que “mulher”, na condição de grupo ou de categoria, não possuía estatuto de objeto²⁷ (Korfes, 1993). Gênero passou a ser então entendido como o conhecimento produtor de conteúdos significativos para as diferenças físicas e naturais dos corpos. Com outros trabalhos dessa mesma autora²⁸, a categoria gênero foi inserida como analítica na história e na academia. Ela resgata o binômio sexo/gênero como distintos e, articulando gênero com as noções de relações de poder tecidas por Foucault (2005), critica que a categoria gênero tenha substituído a categoria “mulheres”. Para ela, na categoria gênero, as diferenças sexuais mutáveis e não naturalizadas são responsáveis pela organização e construção sociais existentes entre homens e mulheres.

Interessante observar como Scott (1988) reforça a importância dos indícios corporais de indivíduos ao estabelecer significados às relações de poder, com ênfase nas diferenças corporais sexuais baseadas nos conceitos dos saberes e dos dispositivos da sexualidade constituídos nos propícios contextos históricos postulados por Foucault (2001; 2005). Os estudos foucaultianos visitaram os campos de conhecimento, como a psicanálise e a sexologia, de maneira a investigar como o poder é exercido sobre a loucura e a sexualidade e, conseqüentemente, como foram produzidos o que ele denomina como discursos “verdadeiros”²⁹. Isso se deu pelo fato de que, por séculos, a sociedade ocidental fincou suas bases no sexo para a busca dessas verdades. Foucault (2005) desconfia então de uma repressão sexual supostamente ocorrida nessa

²⁷ KOFES, Suely. “Categorias analíticas e empíricas: gênero e mulher; disjunções, conjunções e mediações”. **Cadernos Pagu** – de Trajetórias e Sentimentos, Núcleo Pagu Unicamp, n. 1, 1993.

²⁸ SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria de análise histórica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v.16, n.2, p.5-22, jul/dez., 1990.

²⁹ Ver FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 4. ed. Rio de Janeiro, Graal, 2001. cap. XVI, p. 243-276: sobre a história da sexualidade. 1984.

sociedade³⁰. Ele mostra que, ao contrário de sofrer processos de restrições, a partir do século XVI as instâncias produtoras tanto quanto divulgadoras de discursos, de poderes e de saberes incitaram os processos de obtenção das verdades como prioridade³¹. O sexo estava no centro dessas verdades e, desta forma, se encontrava em discurso: na Igreja, através do sacramento da confissão e da necessidade das descrições dos prazeres; no Estado, com o controle demográfico; na medicina, com o apoio da família; nas Escolas, com as teorias e aplicações pedagógicas³². Desta forma, Scott (1988) utiliza a história como instrumento analítico e revelador de como se dá a construção das hierarquias de gênero, suas legitimações, as resistências e suas permanências ao longo do tempo.

Nesse contexto, Nicholson (2000), que trabalha as noções de identidade de gênero e construção social do caráter humano dentro do pensamento ocidental moderno, observa que:

a população humana difere, dentro de si mesma, não só em termos de expectativas sociais sobre como pensamos, sentimos e agimos; há também diferenças nos modos como entendemos o corpo. Consequentemente, precisamos entender as variações sociais na distinção feminino/masculino como relacionadas a diferenças que vão “até o fundo” – aquelas diferenças ligadas não só aos fenômenos limitados que muitas vezes associamos ao “gênero” (isto é, a estereótipos culturais de personalidade e comportamento), mas também a formas culturalmente variadas de se entender o corpo (NICHOLSON, 2000, p. 15).

Com este pensamento, Nicholson lembra que o corpo se torna uma variável no sentido de ser mais que uma constante, pois toma a forma do como distinguir o feminino/masculino em muitas sociedades. Desta maneira, entendemos, nesta investigação, que uma vez sendo o corpo visto através de uma interpretação social, o “sexo” não pode ser independente de “gênero”. Bem menor ainda é a possibilidade de isolar a sexualidade destas duas categorias, pois, com elas, completa uma

³⁰ FOUCAULT, M. **História da sexualidade I: A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

³¹ FOUCAULT, M. Op., cit., p. 17.

³² FOUCAULT, M. Op., cit., p. 104-105.

tríade que ergue a estrutura do sujeito e desperta o “ser” sexuado tornando-se dono de prazeres e desejos perante outros da sua sociedade.

Mas por que ainda há ocorrências de submissão e discriminação das mulheres em nome de hierarquias com base na diferenciação sexual, na escolha da sexualidade ou ainda sedimentadas em essencialismos, se várias foram as conquistas dos movimentos feministas? Ou ainda, se determinadas situações sociais das relações de gênero parecem suscitar respeito a uma anunciada igualdade, de que modo ainda há a insistência em marcações de identidades fixas naturalizantes?

O Século XX foi importante na inserção das mulheres em universidades e escolas de nível superior. Começava desde então a oficialização do reconhecimento e valorização do pensamento, ideias, atividades e trabalhos científicos. Isso possibilitou que as mulheres iniciassem definitivamente e de forma significativa seus ingressos em carreiras e áreas do conhecimento antes majoritariamente de ingresso masculino, como a medicina e as engenharias. No caso das ciências da informática, a participação das mulheres era uma realidade neste século devido às duas grandes guerras. Posteriormente, na década de 1970, houve uma retomada das atividades relativas a informática por parte do contingente masculino. O início e a manutenção das participações e acessos de mulheres a instituições consideradas masculinas foram possíveis devido à junção de vários movimentos, pensamentos, estudos e ideais presentes nas lutas das mulheres que estruturaram o pensamento feminista.

3.1.1 Afluências das teorias, movimentos e lutas feministas e de mulheres

Antes de discorrer sobre a participação das mulheres em áreas tecnológicas e o posicionamento de determinadas teorias feministas sobre essa participação, acredito ser relevante entender afluências das teorias, movimentos e lutas feministas e de mulheres.

Antecedido pelo primeiro movimento feminista sufragista, no final do Século XIX até o início do Século XX, que iniciou a luta organizada contra a submissão, invisibilidade e opressão das mulheres, o movimento feminista de Segunda Onda, no Século XX, deu continuidade às lutas das mulheres no que concerne aos seus direitos, igualdade e respeito. Em seu sentido relacional humano, tratando das diferenças e igualdades do comportamento entre homens e mulheres (não baseadas no sexo biológico, mas ligadas às relações sociais e à

cultura), o termo “gênero” começou a ser utilizado com base nas ideias dos fenômenos de atribuição linguísticas, pois na maioria das línguas as palavras designam um gênero e não um sexo (PEDRO, 2005).

O que as feministas mais discutiam dentro da questão da submissão das mulheres, principalmente as norte-americanas, era a argumentação de que as funções sociais de homens e mulheres eram demarcadas e regidas pela diferença sexual. Em outras palavras, mulheres e homens assumiam posições sociais, realizavam atividades e seguiam condutas de representações individuais ou dentro de instituições³³ através de regras e normas determinadas de acordo com seu sexo biológico. Pela primeira vez, sexo inato, cromossômico, e o modo de ser de um indivíduo, fundado culturalmente, construído, eram mostrados como distintos.

Inúmeros fenômenos gregários ocorridos durante a Primeira e Segunda Guerra Mundial chamaram muitas mulheres a assumir atividades costumeiramente assumidas por homens. Tais acontecimentos ajudaram a motivar as feministas do movimento de Segunda Onda a priorizarem as reivindicações na busca pelo direito ao próprio corpo, ao prazer e levantaram definitivamente a bandeira contra o patriarcado. O patriarcado é entendido aqui como todo poder masculino como categoria social que organiza e comanda as relações com base na subordinação hierárquica das mulheres pelos homens e dos jovens igualmente subordinados aos homens mais velhos (NAVAZ & KOLLER, 2006). A predominância do patriarcado condizia com a categoria “homem” utilizada como eixo central e universal, uma vez que incluía nela todos os seres humanos, ou falando de outra forma, o masculino era o universal e hegemônico. Os fenômenos da linguística reforçam a cultura de que, mesmo em minoria quantitativa, a representação masculina é preponderante, embora atualmente novos posicionamentos tenham sido adotados com referência a uma maioria de pessoas do sexo feminino em recintos e ambientes socializados.

Acreditando que todas estas questões causavam sofrimento e submetiam as mulheres a um segundo plano social, político, econômico e intelectual, as feministas sustentaram na bandeira do movimento de Segunda Onda o lema “o privado é político” ganhando visibilidade social e política. Pessoas estudiosas ligadas ou não aos movimentos

³³ O termo “instituições” é entendido aqui como em Foucault: “Geralmente se chama instituição todo comportamento mais ou menos coercitivo, aprendido. Tudo que em uma sociedade funciona como sistema de coerção, sem ser um enunciado, ou seja, todo o social não discursivo é a instituição”. Ver FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 4. ed. Rio de Janeiro, Graal, 2001. cap. XVI, p. 243-276; sobre a história da sexualidade. 2005.p. 247.

feministas, no interior da academia, especialmente às áreas da antropologia e da história, pesquisavam cada vez mais a condição das mulheres na sociedade. Com publicações já reconhecidas como “O Segundo Sexo” da francesa Simone de Beauvoir, no final da década de 1940, mostravam as condições às quais as mulheres eram submetidas desde o seu nascimento, infância, puberdade, sendo impelidas aos afazeres e obrigações domésticas e/ou aos trabalhos externos ao lar com má remuneração e desvalorizados. Beauvoir (1967) defende que a mulher nasce como indivíduo, porém sua condição de mulher é construída socialmente com herança de alíquota negativa em relação aos direitos e atribuições masculinas.

Outra obra importante foi a da norte-americana Betty Friedan (1971), que na década de 1960 evidenciava as necessidades das mulheres de classe média, e predominantemente brancas, com seus papéis sociais e sexuais exercidos no cotidiano doméstico. Desta maneira, ela orientou várias das reivindicações feministas da época. Encorajou muitas mulheres nos Estados Unidos, como donas de casa, estudiosas, pesquisadoras, em sua maioria com perfil de classe média e brancas, a formarem grupos de discussões sobre a condição das mulheres. Estas reuniões estavam pautadas em questões como a divisão de tarefas domésticas, a livre escolha à reprodução, – quando assim a desejassem – e ainda, a erradicação da violência doméstica às quais eram submetidas. Faziam isto através de seus próprios testemunhos e da observação das coincidentes histórias de submissão e baixas autoestimas oriundas das experiências cotidianas sob a sombra da dominação masculina, principalmente na vida doméstica. Comungavam a identificação de serem todas “mulheres”, submetidas à ação dos “homens” e como sendo alvos da mesma forma de opressão oriundas deles (PEDRO, 2005). As discussões também focalizavam questões específicas sobre o corpo das mulheres, como a menstruação e a amamentação, dadas também como características únicas e de identificação das mulheres.

Desta maneira, pelas características e situações comuns sociais, políticas e físicas, as mulheres se declaravam diferentes dos homens e assim davam ênfase no feminino³⁴. Por estes motivos, muitos homens contrários à paridade, e até mesmo algumas feministas igualitaristas, apontavam aquelas feministas e mulheres como sendo “diferencialistas”,

³⁴ Segundo Pedro (2005), as mulheres pensavam na “feminilização do mundo” ou a “reivindicação do feminino”. Ver: IRIGARAY, Luce. **Ce Sexe qui n'en est pas un**. Paris: Minuit, 1977.

pois as acusavam de separatismo pela identificação que partilhavam. As diferencialistas foram também acusadas de serem essencialistas, pelo fato de negarem “[...] a temporalidade ao atribuir ontologia primordial e imutável aos produtos históricos da ação humana”³⁵. Na França, as simpatizantes feministas do trabalho de Simone de Beauvoir foram denominadas “igualitaristas” e reivindicavam a participação das mulheres na esfera pública em pé de igualdade com os homens. As diferencialistas acusavam-nas de se masculinizarem para competir com os homens na vida pública.

Apesar dos contrastes de pensamentos, os debates entre igualdade e diferença estavam pautados na desconstrução da ideia da cidadania universal masculinizada e diretamente ligados à reconstrução do sujeito do feminismo, ainda pensado com base na categoria “mulher”, que posteriormente foi substituído pela categoria gênero, como já mencionado. Além disso, e de um modo geral, as feministas debatiam sua representatividade política, social e econômica no pós-guerra.

Apesar de haver determinados pontos divergentes de enfrentamento na luta contra o androcentrismo, todas entendiam e concordavam que fortes diferenças culturais constituíam mulheres e homens. Este consenso não era oriundo apenas de elementos e conceitos de elaboração acadêmica, mas carregavam aspirações das mulheres e feministas que já haviam adquirido variados graus de consciência de gênero em vários lugares e épocas (PERROT, 1994, p. 503)³⁶.

Se mesmo com trajetórias de pensamento diferenciadas os movimentos feministas e de mulheres conseguiram avançar em suas reivindicações, a categoria “mulher” foi enfraquecida por outras vozes, que não viam suas necessidades incluídas nas pautas dos principais movimentos feministas na segunda metade do Século XX. Enquanto as mulheres de classe média reivindicavam o trabalho fora da esfera doméstica como forma de libertação, as operárias, por exemplo, já conheciam bem a realidade do trabalho doméstico em concomitância com o trabalho nos chãos de fábricas. Ademais, as mulheres operárias e pobres se preocupavam com a possibilidade de que as mulheres de classe média pudessem tomar os postos de trabalho que poderiam pertencer aos seus filhos e maridos. Para atender as mais diversas necessidades e divergências entre si, falava-se a partir de então na

³⁵ STOLCKE, Verena. La mujer es puro cuento: la cultura del género. **Revista Estudos Feministas**, v.12, n.2, 2004. Apud PEDRO, Joana Maria. *Op. cit.*, p.81.

³⁶ PERROT, Michelle. “Sair”. In: FRAISSE, Geneviève; PERROT, Michelle. **História das mulheres no Ocidente**. O século XIX. Trad. M. H. da C. Coelho et. al. Porto: Afrontamento, 1994. p.503-559.

categoria “mulheres”. A noção de “identidade sexual” também caiu por terra, pois com as complexas reivindicações das mulheres, tornava-se impossível uma uniformidade pelas suas causas. A importância agora era dada não pelo que as unia na igualdade, mas pelas diferenças multifacetadas dentro da categoria “mulheres”, onde as opressões e as subordinações assumiam diversas facetas e que muitas vezes não eram aceitas por todas elas (PEDRO, 2005). Porém, a condição de invisibilidade das mulheres, as condições de submissão perante a autoridade dos homens e as atribuições dadas a elas, ditadas por uma hierarquia baseada na diferença percebida entre os sexos, pareciam uma constante nas culturas da maioria das sociedades humanas.

As descrições supracitadas mostram que há constantemente momentos e situações vividas de forma diferenciada por mulheres e homens. Os domínios masculinos continuavam seu curso sobre a situação das condições das mulheres, enquanto as mulheres começavam a reivindicar direitos, hoje ocidentalmente considerados básicos, como o da educação melhorada e superior, direitos políticos, como votar e ser votada, direito ao próprio patrimônio e ainda direitos sobre seu próprio corpo. Mesmo com movimentos sociais realizados e pensados por mulheres, elas ainda se preocupavam prioritariamente com as garantias de igualdade e prevalectimento de direitos nestas vertentes, enquanto ainda sofriam as heranças culturais de suas condições subalternas nas ordens do privado e do público. Entre evoluções e involuções, sucessos e perdas, teorias foram construídas como resultado de interesses e movimentações de formação de grupos de mulheres de várias classes e raças nas discussões, registros e formações de teorias em torno de questões e envolvimento sociais, históricas, políticas e econômicas voltadas a elas. Estes interesses estavam voltados aos comportamentos, atividades e ações das multiplicidades das mulheres e suas necessidades individuais e específicas, tanto na esfera do público, quanto na esfera do privado, do doméstico. Importava a luta dos fluxos de mulheres entre estas esferas e suas dificuldades e conquistas ao ultrapassarem barreiras.

Este próximo tópico tem a intenção de realçar os olhares de grupos feministas formados no final do Século XX, sem ignorar as demais etapas anteriores a estas décadas. Entendo que estes olhares têm influenciado nos modos de representação femininas e as feminilidades nas novas tecnologias nesses anos iniciais do Século XXI.

3.2 AS MULHERES E AS NOVAS TECNOLOGIAS

Entendo que as novas tecnologias são postas como as técnicas e processos tecnológicos que produzem artefatos, como as imagens e suas possibilidades de significações (WAJCMAN, 1991, 2004). Estas imagens são resultantes das produções em conjunto das artes cibernéticas e das engenharias da informática, das telecomunicações e das eletrônicas. Muitos profissionais envolvidos nestas áreas são interessados nas representações humanas e de seus cotidianos nas tecnologias no que diz respeito às possibilidades artísticas no ciberespaço (PATEL e MATLOW, 1999; MALLOY, 2003), das Tecnologias da Informação e da Comunicação (doravante TICs), que tratam das relações entre gênero e os novos meios e formas de comunicação (MARTIN, 1991; SVENINGSSON e SUNDER, 2007) e do design gráfico no que concerne ao projeto gráfico das composições das representações supracitadas através das imagens construídas e forjadas a partir de projeções destinadas a internautas (APARICI e GARCIA-MATILLA, 1987; RAMALHO E OLIVEIRA, 2009).

Consciente destas premissas, a partir deste ponto toco algumas discussões envolvendo gênero, feminismos e as novas tecnologias especialmente as do uso da informática. Algumas feministas nos anos de 1970 pensavam a tecnologia como libertadora de entraves sociais de gênero. Elas reclamavam por uma maior participação das mulheres na nova área de conhecimento, reivindicando também o reconhecimento e visibilidade das que participavam dos processos de desenvolvimento tecnológico. Foi nesta década que as mulheres colocaram fortemente em discussão as relações entre gênero e tecnologia, na tentativa de posicionarem-se no centro das ações sociais, históricas, políticas e econômicas.

Simultaneamente, entre as décadas de 60 e 70, representantes do Feminismo Liberal, também conhecido como Feminismo Igualitário ou ainda Feminismo Universalista (TEGA, 2008) lideradas por Betty Friedan, iniciavam os primeiros estudos e investigações acerca da participação das mulheres nas novas tecnologias (WACMAN, 2010). Também realizavam o enfrentamento das depreciações dos valores humanos individuais e das desigualdades entre mulheres e homens (PEDRO, 2006; HIRATA, 2000)³⁷. Os estudos e as teorias da corrente

³⁷ PEDRO (2006) também, com base em Hirata (2000), define o que entende por movimento feminista como sendo todo aquele que luta contra a opressão específica e sistematizada das mulheres. Este pensamento também é partilhado nessa pesquisa.

Feminista Liberal denunciavam a sub-representação das mulheres nas novas tecnologias vigentes em relação à atuação majoritária masculina na área como, por exemplo, a desigualdade de acesso às instituições e carreiras técnicas, a socialização e educação estereotipada que as meninas recebiam e a invisibilidade de mulheres nessas tecnologias (VERGÉS BOSCH, 2013). Suas teorias preconizavam reformas legislativas para a implantação da equidade entre os sexos, registravam e explicavam os motivos das diminutas representações das mulheres diante de uma imagem masculinizada das novas tecnologias (COCKBURN, 1985; MARGOLIS & FISHER, 2003). Assim, da mesma forma que as Radicais Libertárias eram otimistas em relação às novas tecnologias, pois as consideravam neutras, as Radicais Liberais seguiam a crença de que as chances das mulheres participarem delas, de forma igualitária em relação aos homens, eram reais. As críticas vigentes estão no sentido de que, para conseguir a igualdade, elas acreditavam na necessidade de abdicar das suas feminilidades e suas especificidades como mulheres (HENWOOD, 2000; FAULKNER, 2001; WAJCMAN, 2004). Especificamente, em sua crítica, Henwood (2000) menciona a crença de que quando as mulheres “são ostensivamente ‘incluídas’, elas não parecem pertencer a uma ‘tecnologia real’. Com isso, elas tendem a ser apresentadas como o *outro* da tecnologia ou a sua relação com a tecnologia é banalizada.” (HENWOOD, 2000, p. 21). É verossímil que nas TICs sempre houve a cultura de utilizar “imagens masculinas” para representar a concorrência, os esportes e a violência, reforçando esse discurso repleto de termos com conotações masculinas, como *work-benches*, *tool-kits*, *drives* and *engines*³⁸ (WILSON, 1997).

Ainda na década de 70 surgiram as ideias do Feminismo Radical americano e do Feminismo Cultural, que apresentaram pensamentos e teorias pautadas na desconfiança em relação às novas tecnologias e seus avanços. Consideravam-nas como mais uma armadilha do paternalismo, o qual elas representavam e, portanto, ali não havia qualquer neutralidade de gênero. Essencialistas, as Feministas Radicais protestavam com base no diferencialismo, centrando seus estudos na

³⁸ No Brasil, os correlatos dos termos mencionados aqui são respectivamente *birô de trabalho* (ou bancada de trabalho para designar as mesas em que eram realizados trabalhos computacionais), *kits de ferramentas* (que é um conjunto de componentes computacionais que utilizam as interfaces gráficas de usuários – GUI – Graphical User Interface, a exemplo de sistemas operacionais como Windows API e o Mac OS toolbox), *unidades* (como componentes físicos ou virtuais computacionais) e *motores* (designando tecnologias computacionais como motores de busca, como a Google, ou motores de jogos.

crença do domínio do corpo e da sexualidade das mulheres, no tocante à saúde e à biotecnologia. As Feministas Culturais compartilhavam com as Ecofeministas a concepção de que as mulheres eram, em sua gênese, cuidadoras, pacifistas e representantes da natureza (DOS REIS, 2008). Stam (2003) delinea os focos de pensamento desses grupos quando cita que:

Enquanto as “feministas radicais” se concentravam na desigualdade entre os gêneros, as “feministas culturais” focalizavam as diferenças biológicas inatas entre homens e mulheres, desta feita, porém, em favor das mulheres vistas como ternas, comunicativas, ecológicas e amparadoras por natureza. (STAM, 2003, p. 288)

Mesmo com enfoques diferenciados, estes grupos investigavam e acompanhavam de perto o desenvolvimento das tecnologias voltadas à reprodução, à manipulação genética e estéticas, pois acreditavam que todas essas tecnologias eram instrumentos utilizados para realizar uma manutenção do poder dos homens sobre as mulheres. Corea, et al. (1985), feministas integrantes e defensoras do pensamento Radical e Cultural, viam as novas tecnologias de forma diametral em relação aos interesses das mulheres. Acreditavam que elas produziam efeitos nocivos, pois todas as tecnologias da época trabalhavam diretamente para subsidiar as guerras, o controle sexual e manipular os processos reprodutivos.

Lamentavelmente, não se tratava de movimento radical no sentido político, mas no sentido sexista. Embora esta corrente do feminismo nunca tenha sido expressiva, fez ruído. Afora as feministas que pensavam desta forma — há muito tempo esta vertente não se expressa — não se encontra na literatura especializada um sexismo com sinal trocado. Desta sorte, adquire ares vetustos a recuperação de um tipo de pensamento de curta duração e de poucos ou nenhum fruto duradouro (SAFIOTTI, 2001, p. 133)

A inexpressividade do pensamento do Feminismo Radical ao qual a autora se refere se deu pela crença num determinismo rígido biológico, pela sugestão de um “separatismo radical” em relação aos homens e por impossibilitar estudos mais aprofundados das diferenças entre as mulheres, entre os homens e entre pessoas que podem se considerar homens ou mulheres, independente da determinação de seu sexo biológico.

Ainda com estudos e pesquisas acerca dos pensamentos Radicais e Culturais, os anos da década de 1980 foram palco do movimento Feminista Marxista, ou Socialista, que também pensava as novas tecnologias como reforço das condições históricas ocidentais de opressão e dominação das mulheres. As Feministas Socialistas, baseadas na filosofia marxista, tinham seus olhares voltados aos modos de trabalho das mulheres tanto em relação às tecnologias domésticas como às de chão de fábrica como, por exemplo, os processos de automação³⁹ industrial. Assim, ativistas, pesquisadoras e pensadoras desse movimento se encontravam mais próximas aos movimentos de classes e às técnicas e processos dos trabalhos das mulheres operárias, em vigília aos efeitos que as novas tecnologias tinham sobre elas. Vergés Bosch (2013) relata ainda que as Feministas Socialistas conseguiram, desta forma romper com a

división público-privado analizando el impacto de las tecnologías domésticas para las mujeres y viceversa. Así, incorporaron la concepción de la usuaria como central para explicar el diseño y el mismo desarrollo tecnológico, y a su vez, incorporaron el análisis e importancia de considerar el consumo además de la producción tecnológica (VERGÉS BOSCH, 2013, p. 5)

Elas denunciaram os homens como projetistas majoritários das novas tecnologias, enquanto as mulheres assumiam a “figuração” de consumidoras. Assim, admitiam o formato social das novas tecnologias, mas por acreditar que esses processos tecnológicos exploravam mais ainda a mão de obra feminina, terminaram por causar um comportamento tecnofóbico entre feministas. Acreditavam que as novas tecnologias, rotineiras nos lares e principalmente nas fábricas, tinham o

³⁹ A automação é a mecanização para a redução ou substituição da participação humana sobre os processos industriais e objetivavam tornar as produções mais rápidas, precisas e confiáveis.

objetivo também de dominar o corpo e a sexualidade das mulheres, mas desta vez fazendo valer o disciplinamento laboral de mulheres operárias pobres, negras ou mestiças, impostas pelas suas necessidades básicas econômicas. Apesar de suas resistências em relação às novas tecnologias, as Feministas Socialistas colocaram definitivamente as relações de gênero no centro das discussões acerca das novas tecnologias.

Ainda no Século XX, a evolução da mecanização industrial mudou drasticamente os procedimentos de produção e os processos econômicos e sociais. Com ela, o desemprego se tornou crescente, mas a produção se tornou mais acelerada. De forma inversamente proporcional, os custos dos produtos industrializados baixavam e estimularam o surgimento da Cultura de Massa como um fenômeno tão importante quanto a própria Revolução Industrial. Eram poucos fornecedores para alcançar o crescente consumo (BORGES, 2005, p.4) e para estimular o consumo destes produtos, que se tornavam cada vez mais acessíveis e mais abundantes; entraram em cena os meios de comunicação de massa. Esses fenômenos e tecnologias marcaram a era moderna de forma definitiva (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993), como também modificaram os modos de produção, de comércio e o próprio consumo.

Entre o final dos anos 80 e o início dos anos de 1990, houve um largo crescimento das novas tecnologias ligadas à informação e à comunicação. As informações contidas em imagens, sons e vídeos passaram a ser digitalizadas. De outra forma, códigos antes analógicos podiam ser transformados ou criados através de códigos digitais. Com a Internet, essas informações dispensavam parte do meio físico e utilizavam o meio virtual para serem transmitidas e consumidas.

O Pós-feminismo, termo utilizado por algumas feministas (ou “Terceira Onda” para outras), em conjunto com a popularização das TICs trouxe uma renovação do otimismo em relação às Novas Tecnologias. Paralelamente às críticas a elas seguiram os cuidados em relação aos efeitos das TICs sobre as mulheres. Vergê Bosch (2013) indica que o Pós-feminismo marca o início de um desejo de ir além dos pensamentos feministas da igualdade e da diferença que caracterizaram os feminismos de segunda onda. Viam as novas tecnologias como novas oportunidades de participação, apropriação e agenciamento por parte das mulheres e com chances de mudanças positivas e transformadoras, principalmente em relação às TICs. Com a fluidez desse pensamento, a contingência e a posse do conhecimento situado, as Pós-feministas pensam a desconstrução, a performatividade e a hibridização de

categorias pré-estabelecidas e, com isso, terminam por delimitar o “feminismo da tecnologia”, que trata da consolidação das teorias de gênero nas tecnologias.

O Manifesto Ciborgue de Haraway (2000) tornou-se uma publicação de referência nesse contexto, ainda em meados dos anos de 1980. Inserindo-se nos contextos das contingências das novas tecnologias, declarava sua preferência em ser uma ciborgue ao essencialismo das deusas, o que deflagrava as alternativas das subjetividades e identidades em torno da hibridização em detrimento das relações dicotômicas como natureza em relação oposta a cultura, humano oposto a máquina e da própria oposição “mulher” e “homem”. A propósito dessas visões e divisões dicotômicas e opostas sexualizantes, Bourdieu (2010) mostrou a existência de uma construção estruturalista quando traçou o cruzamento esquemático de oposições adjetivadas e complementares, que são incorporadas através dos sistemas de esquemas de percepção, de pensamento e de ação. Bourdieu classificou quase tudo o que existe no mundo e o reduziu à posição igualmente oposta e binária do feminino e masculino (BOURDIEU, 2010, p. 41), transformando sexualmente os corpos como diferenciados e como diferenciadores (ibidem, p. 70). Estes esquemas são apresentados como oposições em referência qualitativa do masculino e feminino respectivamente com base nas significações, como por exemplo, seco/úmido, razão/sensibilidade, alto/baixo, direita/esquerda, quente/frio e positivo/negativo; esquemas por processos: como a velhice e a maturidade para o masculino e a gestação, o casamento e a infância como referências femininas; ou ainda esquemas pelo movimento, como abrir e entrar, completando o sentido do masculino e fechar e sair para o feminino. É traçada assim a tese de que a visão social prática é a responsável pela construção da diferença anatômica do feminino e do masculino, homem e mulher.

O termo Ciberfeminismo foi utilizado pela primeira vez por artistas australianos do Matrix VNS, em seu ciberfeminista Manifesto de 1991 para o Século XXI. É oriundo do manifesto de Haraway, que propõe rediscutir e reformular esses estruturalismos relacionais sexualizantes, baseados em discursos masculinizados realizados em planos simbólicos e que torna as relações de gênero assimétricas com aspectos tendenciosamente naturalizantes. Considera-se que o Ciberfeminismo esteja acontecendo também através de ondas. As ciberfeministas de primeira onda (VNSMatrix, 1991; Plant, 1996) exploram as novas propostas de relações híbridas de organismos cibernéticos de forma positiva em relação às TICs, propondo que a

ficção poderia aplicar-se às realidades sociais do mundo e sugerindo novos pensamentos, teorias e práticas feministas (SUNDEN e SVENINGSSON, 2007). Suas representantes mergulharam nas contingências de agenciamento das relações entre as mulheres e as TICs. Tal fato foi criticado por Wajcman (2004), pois desvalorizava a importância da força física, mais evidente nos homens, mas valorizava os fatores de flexibilidade e adaptabilidade, consideradas característica das mulheres (VERGÉS BOSCH, 2013). Estas estimativas incorriam em essencialismos presentes em pensamentos feministas anteriores.

Por esse motivo, as Ciberfeministas de segunda onda se tornaram mais cuidadosas em relação ao otimismo exacerbado dos vínculos das mulheres com as tecnologias pensadas na primeira onda. Seguiram suas práticas e teorias enfatizando as performatividades e as possibilidades múltiplas de gênero, especialmente, nas TICs. As críticas aos modos de representação das identidades de gênero e de culturas pré-estabelecidas postas em artefatos artísticos iniciaram-se nesta onda ciberfeminista e são construídas através de jogos de recursos de expressão da linguagem verbal e não verbal, como por exemplo, a ironia, a paródia e a hipérbole (ZAFRA, 2005). Novamente, surgiam as assimetrias entre mulheres e homens nos acessos, nas apropriações e nas representações das imagens das identidades e de seus corpos em artefatos artísticos presentes nas TICs.

Com as Feministas Pós-colonialistas entrou em pauta a preocupação com as condições das mulheres em relação às suas tradições culturais, aos contextos e realidades políticas, econômicas, territoriais (local e o global) e históricas e os efeitos dessas relações nas TICs, principalmente a figura das mulheres como mão de obra barata na área de projetos tecnológicos e trabalhos informatizados. Reapresentavam as desigualdades evidenciadas por feminismos anteriores e mostravam que as assimetrias de gênero dependiam das condições múltiplas sociais de cada país e que, em alguns deles, as mulheres possuíam equidade ou eram maioria nos postos de trabalhos, inclusive os da área da informatização. A ideia das Pós-colonialistas também era o de entender as multiplicidades e especificidades dos conceitos de “mulher” e “mulheres” nas interseccionalidades de gênero. De acordo com as análises de Mohanty (1984), o termo “mulher” se refere ao “outro” em suas tradições culturais e ideologias e é um conceito colocado em discurso, enquanto o termo “mulheres” se refere a sujeitos reais, com necessidades múltiplas e distintas entre si, atentando para as armadilhas da universalização de usos discursivos de termos como “todas as mulheres” (CYPRIANO, 2013).

As Tecnofeministas também direcionam seus esforços aos estudos e ativismos da classe trabalhadora de mulheres envolvidas em áreas que faziam uso das novas tecnologias, assim também como o uso das TICs. O termo foi criado por Wajcman (2004) motivada por uma reação aos pensamentos do Feminismo Socialista e das Ciberfeministas de primeira onda. Ao contrário destas, as Tecnofeministas pensavam a tecnologia como um produto tecnicista, que é causa e consequência das relações de gênero e que estão em constante transformação. O foco das Tecnofeministas são os estudos relativos às variadas fases de desenvolvimento e modificações das tecnologias, considerando seus desdobramentos técnicos imbricados diretamente com as relações de gênero que se edificam e constroem mutuamente. Wajcman (2006, 2007, 2009) considerava então que a aproximação política feminista e a presença ou a ausência das mulheres nos projetos das TICs interferiam no desenvolvimento e consolidação da sociedade da informação e do conhecimento. Interessava-se nos graus de interferência dos poderes políticos e sociais das mulheres e que tipos de efeitos eles geram nas TICs.

Contrários às lógicas dos estudos socioantropológicos dos estudos das minorias, os primeiros estudos da teoria *queer*, ainda na década de 1990, priorizavam a crítica aos “pressupostos normalizadores” da Sociologia canônica (MISKOLCI, 2009), rompendo com um sujeito cartesiano (HALL, 2006), preconcebido e naturalizado e ainda sublinhavam críticas ao binarismo hetero/homossexual. E por focar sua atenção nas teorias de gênero dentro das mídias analógicas e digitais, na arte e no cinema, as TICs foram incluídas em meio a seus objetos de estudo e teorizações.

Em acordo com estas explanações acerca da história de mulheres e feministas em relação às condições das mulheres no interior das novas tecnologias, pode-se constatar que há uma tendência a um posicionamento na busca de um entendimento assertivo de que as novas tecnologias podem atuar como dispositivos capazes de auxiliar em novas estratégias de valorização das mulheres, de suas práticas sociais, políticas e econômica, levando em consideração suas variadas particularidades e necessidades dentro das relações hierárquicas de poder. Então, as novas tecnologias surgem como mecanismo ou técnica que pode trabalhar a favor da promoção das representações das diversas formas de feminilidade e a partir daí estimular a diminuição de padrões antropocêntricos masculinos e hegemônicos da heteronormatividade.

Harmonizo esta pesquisa com esta tendência otimista de que o “olhar” social diante das condições das mulheres, em proporção de suas

condições dentro das relações de gênero, podem ganhar mais visibilidade nas criações artísticas das ilustrações das interfaces de muitas destas tecnologias, principalmente naquelas que criam, figuram, imaginam e idealizam artisticamente padrões das feminilidades. Os jogos digitais, aqui colocados como objeto de pesquisa, foram escolhidos por conterem estas criações artísticas com a ajuda das técnicas de composição e programação visual, direcionadas para crianças. Não coincidentemente, estas ilustrações carregam representações das relações de gênero para estas crianças usuárias e usuários que estão em formação social e emocional.

Partindo destas elaborações, o capítulo seguinte destina-se a discutir e desenvolver os conceitos e relações dos brinquedos, das brincadeiras e jogos tradicionais, transversalizando esses conceitos com os jogos online infantis e as representações de modelos das feminilidades predominantes nestes jogos.

4 JOGOS DE MENINAS, PROJEÇÕES DE MULHERES

... a infância é fonte de nossos ritmos. É na infância que os ritmos são criadores e formadores.

Gaston Bachelard ⁴⁰

Este capítulo pretende aproximar-se das relações dos processos lúdicos que as crianças experimentam pelas interações com os novos jogos online, na observância dos contextos de repertórios infantis associados aos brinquedos, às brincadeiras e aos jogos tradicionais.

As brincadeiras e os jogos infantis, tendo seus desdobramentos em artefatos lúdicos como, por exemplo, os brinquedos e jogos eletrônicos, são significantes que, cada um em seu tempo, sempre fizeram parte das relações sociais que sutilmente elaboram e estruturam as condições dos significados de ser-mulher e ser-homem, ainda que historicamente a sociedade esteja estruturada sobre a hegemonia do androcêntrico. Além disso, por um longo tempo essas brincadeiras, os jogos e brinquedos, estiveram fortemente relacionados às ações recreativas, ao tempo livre improdutivo e, portanto, considerado de menor importância.

Atualmente, as crianças, vistas prioritariamente como uma projeção futura do adulto, são consideradas como sujeitos atuantes e multiplicadores sociais, assim também, em seu tempo, como sujeitos atuantes na constituição de suas próprias alteridades e identidades num processo contínuo de manutenção das ações e experiências lúdicas, mesmo que pautadas em práticas adultas. Nesses espelhamentos de ações e práticas do outro, os tipos e modos de brincadeiras, de jogos e brinquedos elaborados pelas próprias crianças, com ou sem o auxílio de adultos ou mesmo oferecidos e direcionados por esses, contêm regras e fantasias semelhantes às regentes de toda e qualquer brincadeira infantil (GIRARDELLO, 2008).

Tomando estas premissas como efetivas, o presente capítulo está focado na exposição dos conceitos gerais de jogos, brincadeiras e brinquedos, assim como nas similitudes e diversidades entre tais conceitos. Neste capítulo, faço referência aos tipos de brincadeiras e

⁴⁰ BACHELARD, G. **A dialética da duração**. São Paulo: Ática, 1994, p. 134.

brinquedos dentro e fora da área dos processos digitais e, com base nessas premissas, verifico os contextos das imagens que constituem os jogos online direcionados para elas pelo Portal ClickJogos. Devo então discernir os tipos e modos de brincadeiras e personagens propostas pelos jogos contidos no Portal e que mantêm e perdem as noções de cuidados domésticos e a dedicação estética ao corpo prescritos como primazia dos perfis femininos.

4.1 AS TÊNUES DIFERENÇAS ENTRE JOGOS, BRINCADEIRAS E BRINQUEDOS

Vários estudos na área de jogos concordam que não é fácil definir o jogo devido a seus diversos modos de entendê-lo (BROUGÈRE, 1997; HUIZINGA, 1971). Os jogos de forma geral podem ser caracterizados inicialmente como aqueles que, para se realizarem, necessitam de “jogadoras” e “jogadores” que interagem entre si, ou através de um ou mais artefatos utilizando-os como intermediários, intervindo e modificando-os. As regras, que podem ser internas ou externas àquele ambiente, também são característica constante presente nos jogos.

Ademais, observa-se que suas características e elementos são flutuantes, de acordo com o que se denomina *jogo*: jogos políticos, jogos de palavras, jogos de criança ou de adultos, jogo de amarelinha, jogo de xadrez, brincar de bola, brincar de construir, e quantos mais poder-se-iam enumerar. Assim, cada jogo pode ser entendido de forma diferente de acordo como é vivenciado. Eles podem ser empreendidos individualmente ou em grupo, podem ser realizados de forma presencial ou à distância e, dependendo das intenções que envolvem o processo, podem ser considerados como jogos sérios, de entretenimento ou até mesmo como um “não jogo” (KISHIMOTO, 1996).

Por conseguinte, é significativo averiguar os posicionamentos e importância dos brinquedos e das brincadeiras para as crianças. Para entender a função do brinquedo, Jobim e Souza atentam que

Para a criança, o brinquedo preenche uma necessidade; portanto a imaginação e a atividade criadora são para ela, efetivamente, constituidoras de regras de convívio com a realidade. (...) as crianças não se limitam a recordar e reviver experiências passadas quando brincam, mas as reelaboram criativamente, combinando-as entre si e edificando com elas novas possibilidades de

interpretação e representação do real de acordo com suas afeições, suas necessidades, seus desejos e suas paixões. (JOBIM E SOUZA, 1994, p. 147)

Os brinquedos tangenciam os processos de constituição das brincadeiras e dos jogos infantis, porém estes últimos podem ser considerados sistemas subjetivos inerentes às condições e desejos dos sujeitos que os criam. O que deixa mais complexa e interessante essa questão são os momentos em que os jogos são assumidos pelas crianças como brinquedos e vice-versa, proporcionando inúmeras formas de brincadeiras.

Kishimoto (1996) faz referência a Gilles Brougère (1981, 1993) e a Jacques Henriot (1983, 1989) para diferenciar brinquedo de jogo e indica três níveis de diferenciações que podemos atribuir ao jogo. O primeiro nível se refere diretamente ao uso cotidiano e social da linguagem utilizada nos jogos, entendendo que suas designações se relacionam com a manipulação simbólica dos elementos, em prol dos desejos da vida cotidiana de uma sociedade que atribui ao jogo um sentido. O segundo nível ajuda a identificar a modalidade do jogo. Este nível é o que diferencia vários modos de jogar utilizando um mesmo suporte, como por exemplo, os vários tipos existentes de jogos de carta que utilizam o mesmo baralho de 52 cartas. O terceiro refere-se a qual suporte o jogo se materializa e, mais profundamente, aos materiais que aquele jogo lança mão para se realizar: papel, madeira, pedras, ambientes virtuais etc. Esses níveis referem-se aos significados que cada cultura atribui ao jogo. O brinquedo está mais relacionado com as formas das relações íntimas e não demanda regras ou cronologia no seu uso. O que diferencia basicamente os dois termos, jogo e brinquedo, é a imagem que eles geram no sujeito e que, no brinquedo é estimulada pela representação da realidade e nos jogos precisam de habilidades representativas prévias da imagem para utilizar o objeto e as regras. O brinquedo é, assim, o objeto da brincadeira; é o material da ação imaginária e ativa do brincar infantil e, é no brincar, na forma lúdica, que as crianças formalizam as regras do jogo.

Como evidenciado até agora, o jogo é impreciso em sua conceituação e neste sentido, Wittgenstein (1975) preferiu, em sua época, caracterizá-los, quando os denomina como “processos”, referindo-se diretamente àqueles jogos de tabuleiro, jogos de cartas, jogo de bola, jogos olímpicos etc. Ele tenta entender o que há em comum entre eles justamente por todos receberem a denominação de “jogos”. Mesmo com uma única denominação, Wittgenstein argumenta

que os jogos não podem ser agrupados em definição única e geral. Ele postula que todos são “jogos de linguagem” e que possuem conjuntos de características cambiáveis que são compartilhadas de acordo com as definições possíveis formando “semelhanças de famílias”.

Outros autores estudiosos se debruçaram na tentativa das discussões em torno da essência do jogo, como é o caso de Johan Huizinga. Apesar de analisar apenas os *jogos humanos*⁴¹, coloca os jogos como uma construção social e de caráter não-sério. Defende que o lúdico está na base das origens da civilização e, portanto, é tão importante quanto o raciocínio (*homo sapiens*) e a fabricação de objetos (*homo faber*). Roger Caillois (1990), por sua vez, classifica as características gerais do jogo como a superstição, sorte, simulação e a vertigem.

Além destes estudiosos mais recentemente, James F. Christie (1991), com base em outros estudos na área, discorre sobre critérios de identificação de jogos como a não-linearidade, o efeito positivo que pode proporcionar prazer e alegria, a flexibilidade, a prioridade no processo do brincar, a liberdade de escolha e o controle interno, sendo os quatro primeiros os mais confiáveis para caracterizar um jogo.

Todas essas características, funções e ações dos jogos inseridos na área computacional estão presentes nos jogos eletrônicos ou digitais e o interesse de adultos e o encantamento de crianças de todas as idades por esses artefatos na área do entretenimento impulsionou seu uso de forma importante também no âmbito educacional na década de 1990 (KAFAI, *et. al*, 2011) e na área da saúde, como é o caso dos jogos de simulação para o auxílio na recuperação físico-motora de pacientes de todas as idades. Por causa dessa disseminação dos jogos eletrônicos, há discussões em torno de suas influências negativas, como por exemplo, a violência contida em alguns deles, como também suas implicações

⁴¹ Baseado nos avanços da biologia no final do século XIX, Groos considera que os *jogos humanos* se diferenciam dos *jogos de animais* por possuírem em sua experimentação as funções gerais de percepção, ideação e emoção dentre o desenvolvimento de ações sensoriais, motoras, intelectuais, emocionais, volitivos (sentidos de competições e habilidades) e sociométricos (que envolvem a luta, a caça, sociabilidade e imitação). Os jogos de animais, ainda segundo Groos, estariam baseados também na experimentação, mas estariam estancados em funções básicas de sobrevivência e manutenção nas ações de caça, luta, movimento, imitação, curiosidade e em jogos amorosos. Ver GROOS, Karl. *Die Spiele der Menschen*. Jena: G. Fischer, 1899, COURTNEY, Richard. *Jogo, teatro & pensamento*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2006; MF COELHO, Patrícia. Um Mapeamento do Conceito de Jogo. *Revista GEMInIS*, n. 1 Ano 2, p. 251-261, 2011 e LIMA, Djalma Espedito de. *Jogo de mestre: as formas do lúdico no romance de Machado de Assis*. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2013.

positivas sobre a personalidade infantil. Independentemente de suas influências sobre as crianças e adolescentes, eles parecem ter chamado mais a atenção de pesquisadores, os quais, segundo Eck (2006), têm evocado os aspectos positivos dos jogos eletrônicos aplicados à área educacional. Segundo Mendes (2006) estudiosos desta área concordam sobre a reafirmação do papel dos jogos eletrônicos também como ferramentas pedagógicas (PROVENZO Jr., 1997; LOPES, 2000; PIRES, 2002) e nesta pesquisa me dedico a sondar os modos de interferência de uma pequena parcela destes jogos nas construções e posicionamentos das relações de gênero.

É inegável que os jogos exercem influencia de alguma forma. Assim, crianças e adolescentes tornam-se diariamente sujeitados aos discursos dotados de representações imagéticas, que “saltam” das telas de computadores pessoais, tablets, notebooks ou quaisquer outros aparatos tecnológicos que rodam os jogos online.

Apontadas estas reflexões, os jogos online são compreendidos aqui como construções socioculturais estruturadas simbolicamente e pautadas nas representações mentais e imagéticas, nos desafios, conflitos e nos feedbacks que se realizam nas interações lúdicas realizadas entre criança-máquina ou criança-máquina-criança. Estes jogos podem ostentar características dos brinquedos os quais, em conjunto, podem suscitar significados promovendo o brincar prioritariamente infanto-juvenil, mas que pode ser também realizada por adolescentes e adultos.

4.2 REPRESENTAÇÕES DE FEMINILIDADES E MASCULINIDADES NOS ARTEFATOS LÚDICOS INFANTIS - PORTAL CLICKJOGOS

Muitos brinquedos comercializados trazem indicações preconcebidas de condutas do “ser-menina” e do “ser-menino” (BELOTTI, 1979). Como discutido no capítulo anterior, os jogos online veiculados no ClickJogos, tanto no modo de classificações como dentro de muitos jogos, parecem seguir a mesma premissa dos brinquedos comercializados em lojas físicas. A distinção está em que os jogos online do ClickJogos são oferecidos gratuitamente e com as mesmas características de liberdade de acesso a conteúdos que a Internet possui. Este tipo de oferta e acesso livres dão à criança e ao adolescente maior autonomia para experimentar os jogos que os convier.

No comércio tradicional de brinquedos, os pais e responsáveis fazem o controle do consumo lúdico por meio do exercício de autoridade parental nos aspectos financeiros e na observância de direcionamentos por faixa etária e gênero.

No ambiente virtual, os acessos aos jogos online por parte das crianças são possíveis através da interferência e controle parental que exigem determinados conhecimentos informáticos específicos. O ambiente virtual é entendido nesta discussão como um espaço “latente” em uma “situação subjetiva, uma configuração dinâmica de tendências, de forças, de afinidades e de coerções que uma atualização resolve” (LÉVY, 1996, p.137), onde a “atualização” é o ato, o “acontecimento” que modifica essa configuração dinâmica em que se adquirem as significações. Entendo que os espaços virtuais dos jogos online não se diferem dos espaços reais; eles são duas maneiras de ser semelhantes nas práticas sociais, pois ainda segundo o exemplo de virtual de Pierre Lévy “A árvore está virtualmente presente na semente” (*Op. Cit.*, p.17). Exposto isso, as crianças são colocadas diante de ambientes concretos dentro dos jogos e realizam ações simuladas ou não de situações sociais ligadas ao real, pois são convidadas a vivenciar múltiplas experiências cotidianas de existências adultas, postas também como fantasias lúdicas. É desta maneira que os ambientes virtuais dos jogos infantis são colocados como espaços possíveis de ações projetadas em um porvir. Por conseguinte, a socialização nestes jogos é feita de forma diferenciada das brincadeiras tradicionais, que podem ser acompanhadas mais de perto e facilmente pelos pais e responsáveis. Isto acontece pela individualização das maneiras de acesso e consumo dos conteúdos online disponibilizados pela Internet, que exigem um maior esforço investigativo, habilidades e conhecimentos informáticos específicos por parte dos responsáveis pelas crianças para garantir a segurança dos filhos. Para isto, os dispositivos e sistemas informatizados fornecem aplicativos e ferramentas eletrônicas que permitem o controle de tempo e de conteúdo utilizado pelas crianças nos acessos à Internet. Por outro lado, os pais que superam estas barreiras tecnológicas utilizam estas opções de controle não apenas para monitoria temporal do uso dos jogos e conteúdos online mas, como observam Hoff e Wechsler (2002), também procuram conhecer melhor os conteúdos dos jogos online para promover e estimular nas crianças atitudes reflexivas e críticas a respeito destes.

Como nesse trabalho o brincar é considerado parte do processo da ação de jogar, as brincadeiras “de meninas” e as imagens presentes nos jogos online, declarados como “de meninas”, entendemos que é

importante então esquadrihar alguns tipos de brincadeiras cultural e historicamente dadas como “de meninas” ou “de meninos”.

No tocante às preferências de estilos e tipos de jogos eletrônicos ou online, alguns estudos já revelam algumas particularidades que implicam em processos de generificação nestes artefatos. A generificação é entendida aqui como aparatos reguladores que criam mulheres femininas e homens masculinos (BUTLER, 2002). Ela pode estar em produções e engendramentos das práticas corporais, amparadas nas construções das formações das identificações de gênero, que permeiam os discursos, artefatos, instituições e práticas sociais (LOURO, 1997) e que determinam as diferenças sociais e estabelecem as relações de hierarquia de poder (GOELLNER, 2009), uma vez que estas instâncias representam a arbitrariedade de quem os produz. Os posicionamentos sociais, advindos dos “papéis sexuais” exercidos por adultos e transmitidos por eles para as crianças, têm sido apontados como responsáveis pelas construções das diferenças entre os sexos e, de acordo com estas diferenças, ocorrem as escolhas dos tipos de brinquedos e conseqüentemente das brincadeiras (CARVALHO *et al*, 1993). Estudiosos relatam a inserção da teoria interacionista⁴², que demonstra que este tipo de socialização cultural (FAGOT, 1985) diz respeito também ao entendimento e interpretação que a própria criança tem de seu contexto social. Neste sentido, os contextos familiares, pedagógicos e sociais presentes em seu entorno social são primordiais nas escolhas e preferências infantis em relação às suas atividades lúdicas durante os momentos de lazer. Amaral liga estes contextos e as interações ao gênero quando cita que:

compreende-se o fato da representação social de gênero como um processo contínuo de produções simbólicas, seja de imagens, linguagem, atitudes e relações. Ao mesmo tempo ela se constitui a partir de duas dimensões: a dimensão de contexto, em que o sujeito constrói suas representações dadas as situações de estímulos e de interação social, e a dimensão de pertencimento, em que o processo de elaboração de idéias, valores e modelos do sujeito

⁴² Refere-se à teoria interacionista de Piaget e à teoria socio-interacionista de Vygotsky, que explicam a construção do pensamento e da linguagem humana através de experiências gradativas oriundas da interação social com seus semelhantes e com o ambiente em que vivem. Ver PIAGET, J. O pensamento e a linguagem na criança. São Paulo: Martins Fontes, 1999. e VYGOTSKY, L. S. Pensamento e linguagem. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

são inerentes ao grupo a que pertencem (AMARAL, 1997, p. 19).

A representação social é entendida como aquela formada na vida cotidiana dos sujeitos através de formulações de definições, explicações e propostas destes (MOSCOVICI, 1978). Assim, o tempo dispensado em atividades de integração em meio familiar, os processos pedagógicos aos quais as crianças são submetidas e as condições geográficas em que elas se encontram interferem nos estímulos por parte das crianças em relação às escolhas e elaboração de brinquedos e aos modos de brincar. Leite (2002) relata as brincadeiras de meninos e meninas no meio rural brasileiro onde

brincam nas estradas de terra batida, na lama, no riacho que passa. Brincam ao puxar lata, rodar pneu, colher fruta, andar na bicicleta dos pais, catar capim na horta, recolher o gado, cuidar do bebê, amarrar a cabra no pasto, de bola, de comprar na venda, de correr. (LEITE, 2002, p. 77)

Em suas análises referentes às brincadeiras de meninas na escola e na rua, a autora menciona também a relação entre trabalho e infância. Há a presença do chamado “trabalho volante”, ou seja, o trabalho clandestino em que as crianças são inseridas com a anuência da própria família sem a distinção de gênero ou idade. Este trabalho se caracterizou como um tipo de capital social e acarretou a substituição paulatina da mão-de-obra masculina pelas mãos-de-obra feminina e infantil. O resultado destas substituições é a ideia de que quanto mais filhos as famílias possuem, maior é a força de trabalho, causando a falsa percepção de uma maior renda familiar.

Como em muitas situações os salários diminuem cada vez mais, as famílias continuam inserindo as crianças no trabalho de adultos. Porém, há ainda o trabalho doméstico em que as crianças auxiliam os pais nos afazeres da casa. Este tipo de atividade auxiliar infantil é encarado como trabalho, mas é considerado pelos pais ou responsáveis como de caráter educativo. No trabalho doméstico auxiliar realizado pelas crianças, as meninas estão mais integradas que os meninos, sob a justificativa de elas serem instruídas e preparadas, o mais cedo possível, em suas atribuições maternas como uma espécie de rito de passagem (GOBBI, 1996) constante e ininterrupto. Suas brincadeiras tendem a ser

uma extensão mimética das atividades domésticas realizadas pelas mães, mas em seus mundos lúdicos assumem uma autonomia sobre as brincadeiras como, por exemplo, tomar o lugar da professora em frente a uma classe de bonecas ou o lugar da mãe nas brincadeiras de casinha. Os meninos são instruídos a delimitar melhor as horas de lazer e as horas de trabalho como, por exemplo, a hora de brincar de bola ou de esconde-esconde são claramente diferenciadas do trabalho da ordenha ou de capinar. Desta forma, estudos evidenciam que o tempo de lazer das mulheres na área rural é reduzido ou quase inexistente (DUMAZEDIER, 1976; GUIMARÃES E LEITE, 1999; LEITE, 2002).

O contexto urbano também é um parâmetro influenciável no modo como as crianças brincam e escolhem seus brinquedos (DENEGRÍ. & LINAZA, s. d.). Gosso, Moraes e Otta (2006) ao estudarem as brincadeiras imaginativas e suas transformações culturais simbólicas ocorridas em crianças brasileiras, consideram que o capital cultural de cada região em que o grupo está inserido estrutura fisicamente as brincadeiras. A criança é agente na construção da brincadeira e, sendo assim, realiza uma personalização do brincar e do brinquedo de acordo com sua compreensão do evento, transformando-os em ações lúdicas.

Nas metrópoles as crianças utilizam mais os brinquedos manufaturados e industrializados, sendo as miniaturas de seres vivos, como bonecas e animais, e de utensílios domésticos os brinquedos mais utilizados pelas meninas em todos os níveis sociais. Assim, estas escolhas ocorrem menos pela manipulação do objeto e mais pela interação que eles promovem com outras crianças e adultos (GOSSO e OTTA, 2006). As limitações destes estudos referentes aos modos de brincadeiras de crianças nas metrópoles estão no fato de que eles se dão apenas no âmbito escolar e de creches e não premiam o estudo do comportamento infantil em relação aos brinquedos dentro de espaços públicos socializantes, nos *habitats* familiares domésticos ou em espaços virtualizados. Como consequência da diminuição dos espaços físicos, os espaços virtualizados tornam-se espaços “ideais” para as brincadeiras infantis, dentro ou fora da esfera doméstica. A criação de espaços públicos urbanos próprios para o lazer infantil foi consequência do crescimento das cidades, que reprimiu as frequentes socializações infantis nas ruas. Tal crescimento é inversamente proporcional às dimensões e qualidade dos espaços para estas brincadeiras. Como estes espaços públicos ainda são espaços de excelência de socialização, Cotrim e Bichara (2013) se referem à formação de grupos generificados nas brincadeiras realizadas nos espaços públicos no Brasil dividindo-os

em locais planejados e não planejados. Existe uma grande incidência de formações de brincadeiras por parte dos grupos de meninas nos espaços públicos planejados em relação aos eventos lúdicos realizados por grupos de meninos ou de grupos mistos. As autoras concluem que, em espaços públicos não planejados, somente há a incidência de eventos lúdicos realizados por grupos apenas compostos por meninos e grupos mistos. Esse estudo denuncia uma orientação e maior controle dos espaços em que as meninas devem desenvolver suas brincadeiras e socializações. Igualmente, ele evidencia que as meninas são mais vigiadas e guiadas por adultos no que concerne aos brinquedos que devem utilizar e quais brincadeiras são mais adequadas para elas.

De um modo geral, com as limitações urbanas o desenvolvimento físico, social e psicológico da criança foi prejudicado (LUZ *et al*, 2010; KORPELA, 2001) e com o afastamento das responsabilidades governamentais, o mau uso da população destes espaços e a violência, cada vez mais as brincadeiras ficam circunscritas aos ambientes domésticos e escolares, principalmente para as meninas.

Com a limitação dos espaços físicos reais e a popularização das novas tecnologias e seus espaços virtuais, os jogos, vídeos e conteúdos para crianças na Internet ganham cada vez mais terreno na preferência infantil, por vezes como mais uma possibilidade lúdica, ou em outras como principal modalidade do brincar. As socializações e as brincadeiras se encontram, então, em outros espaços performáticos onde os dispositivos informáticos são os mediadores destas ações outrora ocorridas nas ruas de chão de terra ou em grandes quintais. Com o espaço físico reduzido, o lar também pode ser considerado um lugar de maior controle dos pais e responsáveis em relação ao como e com o que a criança deve brincar.

Retornando aos estudos sobre tipificações de gênero na escolha de brinquedos, Pylro e Rossetti (2005) averiguaram as preferências lúdicas adultas e infantis em relação aos jogos e brincadeiras. Dados resultantes das investigações de Kirkcaldy (1990) acerca das relações de gênero e personalidades e interesses recreacionais de adultos na Alemanha mostraram que as mulheres preferiam jogos sociais a jogos de guerra, esporte com combate ou jogos de contato e mais agressivos. Estes últimos jogos e os de tabuleiro foram mais preferidos por homens.

No contexto infantil, vários estudos mostram que os jogos eletrônicos possuem marcações masculinas hegemônicas, como pesquisas baseadas nas teorias da psicologia de Campos, Yukimitsu, Fontealba & Bomtempo (1994) e as pesquisas quantitativas e qualitativas de Pylro e Rossetti (2005), pautadas nas teorias sociais,

demonstram também que as meninas possuem menos tempo de lazer que os meninos. Nos estudos formulados por Carvalho (1981) as meninas também preferem brinquedos e brincadeiras relacionados ao seu cotidiano e Ruiz (1992), por sua vez, conseguiu demonstrar a tese de que, igualitariamente, meninas e meninos gostam das regras que se encontram nos jogos, porém é das meninas a preferência por jogos sociodramáticos e tem a boneca como brinquedo predileto. A interação lúdica de acordo com a dicotomia sexual foi o foco dos estudos de Souza (2000), que verificou que as meninas são mais “comportadas” e “tranquilas” nos modos de interação lúdica, enquanto que os meninos são mais “ativos” e “truculentos”.

Na área das preferências dos tipos de jogos, nos estudos de Ortega et al (1999) é defendido que os estereótipos sexuais estão mais presentes nas escolhas realizadas pelos meninos. Eles são mais seletivos e procuram “fugir” das “coisas de meninas” e isso se torna mais enraizado de acordo com o avanço da idade.

As pesquisas supracitadas podem auxiliar a deslindar as distinções classificatórias apresentadas pelo Portal [ClickJogos](#). A partir deste ponto, tomo estes dados como premissas, em seus respectivos contextos, na perspectiva de compreender as divisões dos tipos de jogos prescritos de forma generificada dentro do Portal. A sessão específica com jogos direcionados apenas “para meninas” é apresentada em dois lugares na página principal do Portal (Figura 20); Uma em *menu* vertical lateral esquerdo e outra em lugar de destaque no *menu* horizontal superior, onde estão os principais e mais acessados links. Estas sessões, que aparecem em dois lugares direcionam a criança para acessar jogos exclusivamente “para meninas”, contemplam a preferência por brincadeiras configuradas e advindas dos cotidianos familiares, escolares e ambientes sociais comunitários, como atividades domésticas de cozer alimentos, propostas em ações dentro do jogo com regras e desafios e que fazem uso de utensílios domésticos e personagens femininas para realizar as etapas e níveis dos jogos.

Da mesma forma, a ausência de uma sessão apenas para meninos parece ser favorável ao site em relação às crianças por dois motivos: O primeiro é a possibilidade de acesso a qualquer jogo por parte das meninas. E isto pode estar pautado na convicção do [ClickJogos](#) de que elas podem ser mais flexíveis nas escolhas dos temas das brincadeiras e menos seletivas nas questões dos estereótipos ou contam com a anuência

Figura 20 - Tela onde há o menu vertical lateral esquerdo e o horizontal superior de navegação do Portal. Disponível em <http://www.ClickJogos.uol.com.br/>. Acesso em 07/06/06/2014.



destas escolhas por parte dos pais ou responsáveis. O segundo, diz respeito a que, uma vez demarcados como jogos de meninas, os meninos não “correm o risco” de acessarem jogos que o site crê que, na maioria das vezes, não os interessa. Desta forma, uma boa parte dos jogos veiculados pelo ClickJogos aparecem “universalizados”, ou seja, sem marcações simbólicas de gênero através de qualquer forma ou formato gráfico visual como, por exemplo, cores estereotipadas direcionadas aos masculinos ou femininos. Por outro lado, a sessão “Meninas” claramente direciona os jogos ao anunciar seus títulos em cor-de-rosa como “de meninas”, rotulando-os através das linguagens verbais e cromáticas. Com este arranjo, o ClickJogos favorece os modos como os pais e responsáveis conduzem estas habilidades para elas em um processo de estímulos e construções sociais do “se tornar mulher” (BEAUVOIR, 1967) através de jogos com temas acerca de atividades domésticas, cuidados com crianças e bebês, cuidados com bonecas ou bonecos escolhidos ou oferecidos para elas por adultos, ou ainda transformar recintos e templos da beleza feminina, como salões de beleza.

Sob a ótica das premissas até aqui colocadas, pode-se perceber que os arranjos classificatórios dos jogos infanto-juvenis construídos no

ambiente virtual do ClickJogos colabora com a determinação de práticas sociais dadas de acordo com a diferença sexual percebida entre meninas e meninos e contribui com a perpetuação de uma dicotomia determinista pautada em modelos de como “deve ser uma mulher” ou “o que uma mulher deve realizar”. A segregação de alternativas de jogos para as meninas no Portal ocasiona reforços de estereótipos em relação às práticas destinadas culturalmente para elas em detrimento de suas demais possibilidades de agenciamento social.

Estratégias de tipos de navegação e de acessos aos jogos que surgem na tela dos dispositivos são de extremo interesse para os modelos de negócios dos portais na *Web*. Modos de navegação e de acesso são elementos importantes para a usabilidade de sites e portais, ou seja, são componentes que devem ser pensados no projeto de interface gráfica dos portais e *websites* para promover a facilidade de uso do Portal (usabilidade), promovendo uma rápida apreensão e memorização dos acessos aos produtos ou informações veiculados (NIELSEN, 2000, 2002; PEARROW, 2000) com o objetivo de fazer com que usuários e usuárias retornem facilmente à página virtual.

Para que esse objetivo seja atingido, os projetistas de portais e de jogos online projetam e constroem os artefatos virtuais pautados principalmente em contextos culturais, políticos e econômicos hegemônicos e conceitos sociais demarcados e construídos pertencentes ao público alvo consumidor. Considerando que esses artefatos são elaborados por projetistas adultos de variadas gerações e que a maioria desses projetos ainda centra sua construção no sistema e não nos desejos e necessidades reais dos usuários e usuárias dos sistemas (JOHNSON, 1998), as estratégias do ClickJogos são empreendidas nas noções culturalmente e historicamente edificadas dos corpos sexuados desses públicos, reforçando os tipos de identificação sedimentados em padronizações da bipolarização de tipos idealizados e limitados de feminilidades e de masculinidades. São atribuições que não nascem com as crianças, mas são postas a elas quando somente lhes são oferecidas as categorias mulher e homem, colocadas como as únicas prováveis e *naturalizadas*. Por conseguinte, o Portal ClickJogos confirma, reforça e mantém modelos e padrões de formas e formatos visuais através de discursos e dispositivos (SANTOS, 2013) imagéticos. Os padrões cromáticos idealizados e prescritos na navegação e acesso aos jogos online do Portal expõem a divisão dicotômica dos corpos infantis sexuados de forma a universalizar a cor vermelha às noções de determinados tipos de masculinidade, assim como segregam e reduzem a preferência cromática da cor rosa a tipos limitados de feminilidades.

A verificação da quantidade de acessos e como as crianças chegaram aos hyperlinks que tem como destino os jogos online é importante para medir o sucesso ou declínio de um jogo em determinada quantidade de tempo e está intimamente ligada aos modelos de negócios dos projetos de portais de jogos. O controle dessas métricas é feito através de indicadores de desempenho empresarial, que se baseiam na geração de lucros. É no Retorno sobre o Investimento (ROI - Return on Investment), no Retorno sobre o Ativo (ROA - Return On Assets), no Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE - Return on Equity) e no Retorno sobre Vendas (ROS - Return on Sales)⁴³ que as empresas geram suas demandas de renda (MUNIZ, 2009). Especificamente o ROI tem como objetivo mensurar a eficiência de um determinado projeto de um artefato em relação a outros concorrentes. Seu cálculo é feito através da relação do lucro líquido gerado por aquele produto em relação ao investimento total aplicado. Para os portais de jogos e empresas produtoras de jogos online a medição do ROI traduz o interesse real expressado em números de acessos naqueles jogos. Desta forma, podemos inferir que os modos de navegação e classificação da veiculação dos jogos online são feitos com base em pesquisas de preferência de usuárias/os, em estratégias de negócios e expressados através da modelagem de projetos dos portais, *websites* e jogos eletrônicos em geral. As demandas dos modelos de negócios baseadas em preferências hegemônicas terminam por reforçar algumas culturas estereotipadas ao prescrever e direcionar seus produtos de forma a suscitar a diferença entre os sexos, o que pode provocar assimetrias em relação às possibilidades e capacidades que as crianças possuem de subjetivar as mais variadas atividades lúdicas e abrir possibilidade de repetição e retransmissão das assimetrias nos padrões de comportamento, valores, costumes e formas de convivência na vida adulta.

⁴³ O ROA (Return On Assets) mede a eficiência da empresa em gerar lucros com base em seus ativos disponíveis; o ROE (Return on Equity) mede o retorno sobre investimentos feitos por acionistas da empresa e o ROS (Return on Sales) mede o grau que se dá entre o lucro líquido livre de impostos e taxas sobre as receitas. Ver MUNIZ, Sérgio Tadeu Gonçalves. A nova métrica baseada em valor: uma resposta aos antagonismos e conflitos de interesse na empresa moderna. **XXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção: A engenharia de produção e o desenvolvimento sustentável: integrando tecnologia e gestão**. Salvador-BA, Brasil, 2009. Disponível em http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2009_TN_STO_093_631_14424.pdf. Acesso em 06/06/2014.

4.3 BRINCADEIRAS, BRINQUEDOS TRADICIONAIS E OS JOGOS VIRTUAIS

É importante dedicar um momento de discussão no que concerne às brincadeiras, brinquedos e jogos tradicionais e suas presenças nos jogos online. Com a popularização das novas tecnologias, os jogos eletrônicos veiculados pela Internet ou através de plataformas específicas têm invadido os espaços domésticos como forma de lazer e tornaram-se ferramentas no auxílio educacional nas escolas, assim como têm mostrado eficiência na reabilitação de pacientes com disfunções motoras ocasionadas pelos mais variados fatores. As novas tecnologias, assim como os jogos eletrônicos, podem influenciar positivamente ou negativamente em todos estes setores. Segundo a médica Maria Edna de Melo⁴⁴ em entrevista cedida a Orlandini (2013), a geração contemporânea se mexe menos, se comunica menos pessoalmente e assim tende a ser mais sedentária. Como os jogos eletrônicos tendem a atuar cada vez mais frente à formação infantil, dependerá do direcionamento por parte dos adultos – pais, responsáveis ou profissionais, – a orientação aos bons hábitos o mais cedo possível como, por exemplo, limitar o tempo de uso dos jogos eletrônicos e estimular as brincadeiras e brinquedos tradicionais com os quais as crianças utilizem mais o corpo, evitando a obesidade, e reativem mais as atividades de um maior convívio social. Confirma-se a continuação da necessidade da presença do comando do adulto nas atividades virtuais realizadas pelas crianças.

Então, refletir sobre as brincadeiras, brinquedos e jogos nos novos meios virtuais faz-se importante frente à problemática construção do sujeito contemporâneo (CAIROLI, 2010), assim como é imprescindível considerar os modos de brincadeiras tradicionais. Walter Benjamin observou que a brincadeira e o brincar constituem um “par dialético que traduz o relacionamento entre adulto e criança” (BENJAMIN, 1984, p. 8), sendo assim inseparáveis em suas relações identitárias de constituição do sujeito. O autor acreditava ainda que a industrialização dos brinquedos suscitaria o desligamento do elo entre filhos e seus pais, socialização promovida pelos brinquedos manufaturados. Atualmente as crianças têm dedicado parte importante do seu tempo de lazer às atividades que envolvem as novas tecnologias, como ver televisão, jogar em videogames e “navegar” na Internet, e

⁴⁴ Médica endocrinologista e membro da diretoria da Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (Abeso).

menos tempo às atividades lúdicas tradicionais com brinquedos modernos de plástico ou manufaturados, principalmente em grandes centros urbanos.

Neste sentido, dois pontos parecem focais nos jogos online em relação aos brinquedos. O primeiro é a demasiada quantidade de jogos oferecida pelo ClickJogos, onde muitos são semelhantes em quesitos de temas e jogabilidade, que parece estar em concordância temporal com os dispositivos e brinquedos eletrônicos com características obsoletas e descartáveis, na expectativa de que logo serão sobrepostos por outros dispositivos mais modernos. A oferta em demasia dos jogos online está associada aos ordenamentos sociais contemporâneos em que a repetição de estímulos e em exacerbada quantidade de forma incessante, célere e instantânea prejudica a memória da ação do brincar (MEIRA, 2003). A oferta variada de jogos online presentes em muitos portais de jogos online, e no caso desta investigação o Portal ClickJogos, é muito maior que qualquer quantitativo de jogos eletrônicos de outras plataformas ou brinquedos tradicionais que as crianças possam ter em casa ou na escola. O segundo ponto está na socialização das crianças, em relação ao outro, nos brinquedos manufaturados, industrializados e nos brinquedos virtuais.

Benjamin (1984) se inquietava, ainda em sua época, com as novidades da modernidade em relação aos brinquedos e o brincar das crianças. Os brinquedos feitos artesanalmente já estavam sendo substituídos por brinquedos fabricados em série e com materiais industrializados como o plástico e, desta maneira, a relação do brincar com o brinquedo perdia duas etapas valiosas: a participação dos pais ou responsáveis nas etapas de criação e de confecção dos brinquedos, tanto de meninas como de meninos, não era mais necessária. A eliminação dessas etapas reduziu práticas importantes para a socialização, integração e até o controle familiar, sendo esse último ponto o que preocupava Benjamin, pois ele acreditava que assim havia “perdas das experiências”.

Segundo Schlesener (2011), a preocupação com as denominadas por Benjamin “experiências perdidas” pode estar relacionada aos traumas da Primeira Guerra Mundial, mas também está ligada historicamente às novas percepções e novas formas de trabalho do mundo moderno, que já aplicava a técnica de forma generalizada com o objetivo de explorar a natureza e os homens e que já migrava para uma “vivência individual e solitária do homem moderno” (SCHLESENER, 2011), em um novo mundo fundado no conhecimento e na força do trabalho.

Em pesquisa realizada em 2012 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) sobre a utilização da Internet por crianças e adolescentes, o resultado da TIC Kids Online Brasil⁴⁵ revelou dados importantes com relação ao perfil de uso da Internet, as atividades realizadas, acessos a redes sociais, habilidades para o uso seguro e mediação feita por pais e responsáveis. Foi demonstrada que a prática do acesso aos conteúdos veiculados na Internet é de 47% com uma frequência diária de acesso ou quase diariamente na escola (42%), no domicílio (40%), em ambientes públicos como *lan house* (35%) e através de dispositivos móveis como celular (18%).

Das atividades realizadas durante estes acessos 54% das crianças e adolescentes declararam que jogam online. A maioria delas (70%) possui perfil próprio em redes sociais, e destes 42% possuem perfil privado, principalmente os adolescentes entre 15 e 16 anos, e 31% têm perfil parcialmente privado. Tais dados caracterizam distanciamentos entre crianças e adolescentes dos pais e responsáveis em relação à socialização dos conteúdos postados em seus perfis ou dos jogos sociais acessados e jogados dentro das redes sociais.

Talvez o distanciamento, além dos fatores das “experiências perdidas” observados por Walter Benjamin, se dê pelo fato de que a mesma pesquisa mostra que 71% dos pais ou responsáveis acreditam que as crianças navegam com segurança na Internet e que 35% confiam na capacidade que seus filhos têm de resolver situações que os coloquem em vulnerabilidade ou que possam vir a incomodá-los. Não há nesta pesquisa dados resultantes de acessos relacionados ao sexo das crianças e adolescentes, mas a incidência de acessos ao mundo social virtualizado por menores é a confirmação do alto interesse que as crianças têm pelos conteúdos virtuais, de que a socialização e o lazer são semelhantes aos tradicionais, porém de forma diferente, e que os adultos parecem distantes dessas novas atividades da realidade infantil.

Retomando o assunto relativo às brincadeiras infantis, interessa a esta pesquisa a investigação dos brinquedos virtuais mais utilizados pelas meninas representados pelos jogos. Então, vale ressaltar questionamentos como: no processo do brincar, há relação dos brinquedos de pano, lata, madeira, plástico e borracha, ainda existentes, com os brinquedos de pixels, a exemplo dos jogos online? Que tipos de

⁴⁵ Pesquisa realizada através de um acordo entre o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br) e a London School of Economics (LSE) para trazer para o Brasil a metodologia utilizada na pesquisa EU Kids Online, conduzida em 25 países da Europa em 2010. Uma vez adaptado o modelo europeu, foram realizadas 1.580 entrevistas com crianças e adolescentes de nove a dezesseis anos e o mesmo número de pais.

jogos online estão disponíveis para elas e o que se pode presenciar neles? Ou mais especificamente, quais as imagens que se apresentam nos jogos online destinados a elas no Portal ClickJogos?

Chamo a atenção para o fato de que o comando das práticas desta brincadeira esteja com as meninas. De um modo geral o “brincar de casinha” está intrinsecamente relacionado a trocar roupas de bonecas e bonecos, com o brincar de cozinhar em utensílios mimeticamente miniaturizados, formatados morfológicamente para sugerir a repetição das práticas domésticas ligadas à concepção materna do cuidar.

Os cuidados também estão presentes no brincar de limpar a casa com pequenas vassouras de brinquedo e cuidar de bebês, que costumavam ser de pano e rústico, em que as crianças o imaginavam chorando ou pedindo colo. Estas práticas foram paulatinamente substituídas pelos bebês industrializados e virtuais, brinquedos que passaram a realizar mecanicamente ou digitalmente algumas funções básicas humanas como a alimentação, excreção e emoções, mesmo que limitadas, o que em absoluto os torna menos interessantes. Sobre essa relação do brincar da criança com seu brinquedo, Benjamin entende a imitação estando presente na brincadeira e não no brinquedo e argumenta:

Hoje podemos ter a esperança de superar o erro básico segundo o qual o conteúdo ideacional do brinquedo determina a brincadeira da criança, quando na realidade é o contrário que se verifica. A criança quer puxar alguma coisa e se transforma em cavalo, quer brincar com areia e se transforma em pedreiro, quer se esconder e se transforma em bandido ou policial. (...) Mas não entenderíamos o brinquedo, nem em sua realidade nem em seu conceito, se quiséssemos explicá-lo unicamente a partir do espírito infantil. A criança não é nenhum Robinson, as crianças não constituem nenhuma comunidade separada, mas são partes do povo e da classe a que pertencem. Por isso, o brinquedo infantil não atesta a existência de uma vida autônoma e segregada, mas é um diálogo mudo, baseado em signos, entre a criança e o povo. (BENJAMIN, 1996, p. 244)

Assim, os brinquedos industrializados não deixaram de exercer esse diálogo mudo e simbólico e, de fato, o brinquedo é uma importante

ferramenta para que a brincadeira torne-se possível; é uma materialização e uma manutenção do brincar. O que o autor chama a atenção é que a brincadeira constitui o brinquedo e este, por sua vez, constitui um importante elo não só entre as crianças e os adultos, mas também entre elas.

Sobre as brincadeiras e os brinquedos tradicionais (feitos artesanalmente de pano, madeira, lata etc.) e modernos (feitos de plástico, borracha, metal etc.) em relação ao brincar de “casinha”, e como se comportavam meninas e meninos nesta brincadeira e quais os brinquedos envolvidos, tive a curiosidade de interpelar minha mãe, Maria Carlos, de 61 anos, sobre as brincadeiras de “casinha” em sua infância, que se passou no interior do sertão piauiense na década de 1950. Seu relato introduz uma infância pobre e dependente, em grande parte, do trabalho rural por arrendamento. No que concerne a brincadeira ela descreve:

A gente brincava de vestir as bonecas, que eram feitas de retalhos velhos e algodão que a gente tinha em casa. As meninas fingiam que estavam grávidas colocando pano debaixo do vestido (...) sempre brincamos em grupo e quando não tinha boneca de pano, a gente pegava um pedaço de madeira e embrulhava em um pano e pronto! Era o bebê que a gente brincava. A gente brincava de fazer comida e a pegava as folhas pra fazer de conta que era a carne (...) as sementes das plantas, a gente fazia de conta que era o arroz ou o feijão. Tinham as panelinhas de barro bem pequenininhas que vovó fazia pra gente e fazíamos as panelinhas com ela (...). A gente botava uma trouxinha de pano na cabeça e fazia de conta que ia lavar as roupas (...). As partes da casa, a gente separava com galhos de mato ou com os cabos das vassouras e a casca do pequi era usada para fazer o salto alto das meninas. (MARIA CARLOS, 2014)

Quando perguntei se os meninos participavam da brincadeira ela prosseguiu:

Participavam algumas vezes, sim! Quando participavam, eles faziam de conta que eram os donos de casa (...). Faziam de conta que o talo da

folha do babaçu ou do buriti era o cavalo (...) tiravam as folhas e amarravam uma linha trançada imitando “cabresto” do cavalo e chegavam de cavalo brincando de fazer de conta que eram o marido. Faziam de conta que iam pra roça e voltavam trazendo comida. Eles também faziam um vão no chão para “dizer” que era o curral e os animais eram as pedras e ali eles “diziam” que estavam cuidando dos animais.

Novamente pode-se observar no relato acima que o brincar das meninas estava majoritariamente ligado ao espaço doméstico e na atenção à estética do corpo, enquanto que o brincar dos meninos se encontrava nas práticas mais desligadas do espaço privado e tendia a entrar no espaço público.

Tanto as formas de brincar como os brinquedos tendem a acompanhar as mudanças das sociedades tradicionais para as sociedades modernas. Os brinquedos elaborados artesanalmente no âmbito doméstico utilizando materiais como tecido, madeira e outros materiais mais rústicos, foram sendo substituídos por brinquedos fabricados em série com materiais artificiais, como o plástico e a borracha.

As formas de brincar passaram a envolver cada vez menos a companhia dos pais ou responsáveis, pois o brinquedo passou a ser planejado, fabricado e dado exclusivamente pelo adulto. Segundo Cairoli (2010), a cultura do brincar e do brinquedo ganharam grande importância na Alemanha, em oficinas de entalhadores de madeira ou de fundição de estanho e foi na metade do século XVIII, que os brinquedos ganharam destaque como produto capitalista. Antes renegados, as indústrias passaram a produzir brinquedos especiais que chegavam aos mercados com altos valores (BENJAMIN, 1984).

Pertencente a uma geração que brincou com brinquedos modernos e artificiais, minhas brincadeiras de “casinha” na década de 1970 eram realizadas com panelinhas de plástico cor-de-rosa, sofás em miniaturas com cores que combinavam com as panelinhas e outros apetrechos. A boneca Susi, de plástico e com roupas de luxo, era desproporcional ao conjunto de utensílios da “casinha” montada. Aliás, tudo era desproporcional: as panelas eram gigantescas em comparação aos móveis em miniatura e a Susi parecia estar em uma espécie de terra de gigantes, semelhante a uma série de TV que, entre uma brincadeira e outra, assistia com meu pai, pois geralmente minha mãe estava nos

afazeres domésticos ou dando orientações a quem a ajudava nas atividades.

Porém, minha preferência era uma bebê de plástico chamada “Papinha, o bebê guloso” da marca Estrela. Não que eu tenha dado o nome, ele já era denominado pelos projetistas do brinquedo (Figura 21). Se era “Papinha”, não o batizei com outro nome. A embalagem anunciava que “ele come e bebe, suja a fraldinha, igualzinho a um bebê de verdade!” A bebê artificial vinha acompanhada de uma mamadeira, um prato, saches de comidas em pó para diluir em água e um pequeno babador. O bebê não possuía genitália definida visualmente, mas sua indumentária era de tricô e nas cores rosa clara e branca. Funcionava com o uso de pilhas e, ao ser ligado, a bebê mexia a boca para que lhe desse a mamadeira. Com um canal tubular que se iniciava por detrás da boca e chegava até o meio das pernas do bebê, a comida líquida entrava pela boca e imediatamente sujava sua fralda.

Brincávamos em grupos também, mas meus irmãos, que eram mais novos, e seus amigos da mesma idade não compartilhavam das nossas brincadeiras de meninas. Eles demonstravam curiosidade em relação às bonecas que apareciam com novidades tecnológicas – como, por exemplo, a boneca a Papinha, mas diziam que era coisa de menina e preferiam a rua de casa para andar de bicicleta, jogar bola ou brincar com os jogos de botão.

Recordo-me também como estes brinquedos começaram a ficar em segundo plano quando um console da Atari chegou em nossa casa no início da década de 1980. Lembro-me que eu era sempre a única menina da sala em meio a sete ou oito meninos. As brincadeiras eletrônicas me afastaram das brincadeiras com as outras meninas, que achavam o jogo eletrônico “brincadeira de menino”.

Para meus pais, que haviam nos dado o jogo eletrônico que utilizava a TV para ser executado, aquilo era muito mais novo do que para nós, que logo estávamos planejando campeonatos entre os amigos, dentro e fora de casa. Assim, ficávamos boas horas do dia jogando e brincando e nossos pais não se envolviam com a brincadeira, exceto para nos provar que não sabiam manusear o brinquedo.

Por esses relatos mais intimistas, mas que considero como memória valiosa em relação ao que vivo hoje como mãe de uma criança de dez anos, é possível perceber modificações importantes da interação entre crianças e adultos e como essas experiências estão se modificando ao longo do tempo e com o surgimento incessante de novas tecnologias para a jogabilidade e para as imagens postas nos jogos online. Na infância de Maria Carlos os brinquedos e brincadeiras eram constituídos

a partir da observação e mimese das ações e experiências socialmente organizadas dos adultos percebidas e mencionadas por Benjamin (1984).

Figura 21 – Embalagem e conteúdo da boneca Papinha, da marca Estrela.
Disponível em <http://anacaldatto.blogspot.com.br/2013/03/boneca-papinha-da-estrela-decada-70.html>. Acesso em 13/06/06/2014.



Boneca Papinha Coleção Ana Caldatto

Aproximadamente duas décadas mais tarde, minhas vivências se relacionaram mais fortemente com os brinquedos industrializados e com brinquedos eletrônicos que ofereciam outros modos de práticas de brincadeiras e que nos afastava por longas horas do dia da companhia dos pais, dos irmãos e muitas vezes dos próprios amigos, pois os jogos eletrônicos não estimulavam os encontros e brincadeiras em grupo. O processo de socialização das brincadeiras com esses jogos passou a não ser mais uma opção da criança, mas sim um modo de brincar. Obviamente que esta característica não impedia as reuniões em grupo entre as crianças, mas transformava a maioria das crianças, que não estavam diretamente na ação do jogo, em observadores e participantes passivos e, muitas vezes, isso se estendia por mais de uma hora. Ao nascer já envolvido com as práticas sociais ligadas aos processos digitais em redes, Lucas, meu filho de 10 anos, aprende mais rápido a manipulação de artefatos eletrônicos e interfaces digitais e brinca com grupos de amigos, onde todos participam e jogam ao mesmo tempo em processos de brincadeiras colaborativas dentro de um mesmo jogo, realidade de uma geração contemporânea. O adulto interage mais plenamente se também participar das ações do jogo, ou seja, se ele também se envolver ativamente nas ações dos jogos. As outras formas de envolvimento com os jogos infantis por parte dos adultos pode ser a de se tornar um espectador passivo das brincadeiras que o jogo envolve, ou controlar os tipos de jogos que a criança brinca, ou ainda limitar o tempo em que elas se dedicam a ele.

O afastamento do adulto indica as consequências das transformações do tempo e do espaço que Antony Giddens denominou “desalojamento do sistema social”, ou seja, a retirada ou dissolução parcial das relações sociais dos contextos locais de interação. Laclau (1990) e Hall (1997) percebem a modernidade como caracterizada pela “diferença” de variadas “posições do sujeito”, isto é, de variadas identidades (ou identificações, como Stuart Hall sugere). Seguindo a linha de pensamento de Hall, o distanciamento marca um “jogo de identidades” entre gerações. Os adultos, pais, mães e responsáveis, se veem em meio às responsabilidades produtivas de provedores, em prejuízo do tempo para o lazer, principalmente ao que envolve as crianças e adolescentes.

Os brinquedos de pixels do mundo contemporâneo também trazem versões das brincadeiras de “casinha”. *Websites* que contém bonecas virtuais são uns dos mais acessados pelas crianças brasileiras (DWECK, 2007). Dweck mostra casos de meninas que possuem brinquedos modernos de plástico como bonecas, pequenas casas

montadas ou um salão de beleza, mas preferem brincar com as bonecas da tela do computador. As meninas justificam a escolha pela variedade de estilos, cores de pele, cabelos e penteados, unhas e ainda acessórios que os sites disponibilizam e que podem ser combinados para transformar as bonecas virtuais em uma pessoa diferente a cada momento e com características visuais semelhantes a elas mesmas ou às suas mães. É o que fazem a maioria dos jogos disponibilizados pelo


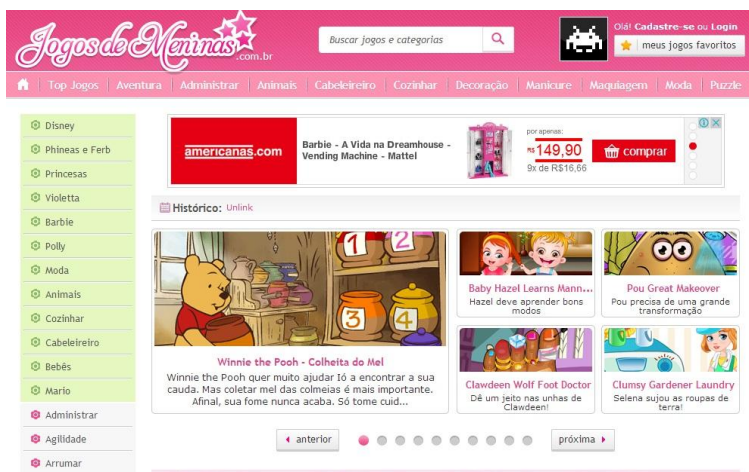
ClickJogos e destinados para meninas. Ao acessar o item  **Meninas** no menu lateral esquerdo da página principal do ClickJogos, chega-se à página “Jogos de Meninas”. Esta página funciona como a porta de entrada para acesso mais rápido a todos os jogos com hyperlink em cor rosa e é com este mesmo tratamento cromático que a página é apresentada às crianças (Figura 22). Todos os hyperlinks são reclassificados em outras sessenta categorias expostas no menu lateral esquerdo, onde as doze primeiras recebem destaque com tratamento cromático em verde claro e diferenciados dos demais (ver Anexo 1).

Figura 22 - Tela com o menu vertical lateral esquerdo e os primeiros doze hyperlinks com tratamento cromático em tons de verde. Disponível em < <http://www.jogosdemeninas.com.br/>>. Acesso em 14/06/2014.



Os principais hyperlinks utilizam em sua maioria jogos de bonecas, jogos de moda, de estética, de cuidar de bebês e animais e jogos de cozinhar. Os demais hyperlinks tem como destino jogos de

personagens de animações famosas da Disney, a exemplo dos “Phineas e Ferb”, “Princesas” e “Violetta”, e de jogos clássicos como “Super Mario Bros”. Interessante observar que esse último recebe um hyperlink na página principal que possui apenas um segundo hyperlink para o referido jogo em versão online⁴⁶. Os jogos de bonecas estão centrados nas personagens Polly e Barbie e utilizam principalmente os temas de montar e limpar a casa e o jardim, costurar, montar desfiles de moda, trocar as roupas e alimentar as bonecas e ainda cuidar de pets (Figura 23 e 24, p. 101 e 102). O hyperlink “Moda” sugere jogos de venda de roupas, como vestir a personagem para cada ocasião, cuidar das unhas e da pele, colocar acessórios e até mesmo jogos com métodos de emagrecimento (Figura 25).

Em “Animais” as crianças podem participar de temas que, em sua maioria, convidam-nas para cuidar e dar banho em cães e gatos ou ainda brincar com pequenos ratos ou ursos que são protagonistas de alguma aventura dentro do jogo. Nos jogos de “Cozinhar” os temas mais comuns são a confecção e confeitaria de bolos, administração da cozinha de lanchonetes e restaurantes ou ainda preparar massas e sorvetes. Os temas do hyperlink “Cabeleireiro” tratam da estética geral de personagens existentes apenas dentro dos jogos ou celebridades conhecidas internacionalmente. Os cuidados estão especificamente em tratar as unhas, pele, cabelos, penteados, maquiagem e depilação. Os principais protagonistas da categoria “Bebês” presentes nos jogos desta pedem que as meninas mostrem seus dotes maternos. Além disso, as crianças podem decorar os quartos dos bebês, levá-los ao pediatra, dar banho, alimentar e brincar com eles.

Como evidenciado, os jogos para meninas no Portal ClickJogos simulam situações e práticas adultas tidas como femininas por excelência. Ao exercer o faz-de-conta social, as meninas experimentam situações de simulação com a utilização dos jogos eletrônicos. Os jogos de simulação existem em muitas plataformas como, por exemplo, para consoles portáteis ou não, computadores pessoais portáteis ou *desktops*, e fantasiam situações reais através da imitação de ambientes e cenários virtualmente inofensivos fisicamente. Segundo Barton (1973) a simulação é a manipulação de modelos de partes de um mundo e faz isso através da verossimilhança visual, das analogias e semelhanças

⁴⁶ A primeira versão do Jogo Super Mário Bros surgiu com o console da Nintendo em 1985. A narrativa do jogo está baseada no sequestro da Princesa Peath pelo rei dos Koopas. Assim, o encanador chamado Mario decide salvar a princesa.

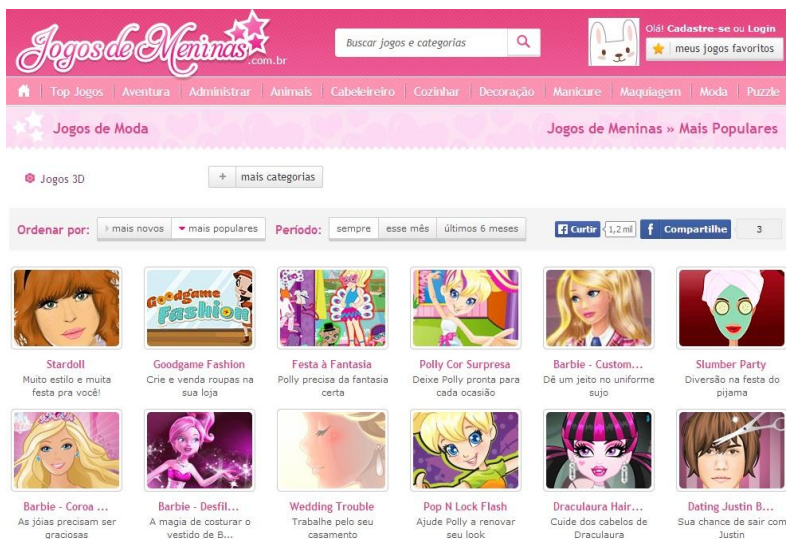
Figura 23 - Tela inicial do hyperlinks do menu “Barbie” na classificação de visualização inicial dos jogos mais populares. Disponível <http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos-da-barbie/mais-populares>. Acesso em 14/06/06/2014.



Figura 24 - Tela *ingame* do jogo “Barbie – Minha Casa”. Disponível <http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos-da-barbie/mais-populares>. Acesso em 14/06/06/2014.



Figura 25- Tela inicial do hyperlinks “Moda” na classificação de visualização inicial dos jogos mais populares. Disponível <http://www.jogosdemenhinas.com.br/jogos-de-moda/mais-populares>. Acesso em 14/06/06/2014.



conceituais se tornando uma representação mais simples da realidade de acordo com Abt (1974). Usuárias e usuários tornam-se motoristas, bombeiros, aviadores, lutadores, administradores, esportistas, donas ou donos de casa, mães, pais etc.

Turkle (1997), ao discorrer sobre as relações da tecnologia com a sociedade contemporânea, fala de uma cultura da simulação. Ela aponta os jogos eletrônicos como um dos representantes desta sociedade, uma vez que essa utiliza modelos computacionais não-lineares como representação de si. Desta forma, os jogos eletrônicos integram-se como elementos de uma cultura de uma determinada sociedade (JUNIOR & KISHIMOTO, 2012). A simulação representa o simbolismo da brincadeira infantil citado por Teles

A criança reproduz na brincadeira a sua própria vida. Através dela, ela constrói o real, delimita os limites frente ao meio e o outro e sente o prazer de poder atuar ante as situações e não ser dominado por ela. Existe na brincadeira um simbolismo secundário oculto (TELES, 1999, p.35).

Os jogos eletrônicos assumem a mesma instância simbólica dos jogos, brinquedos e brincadeiras tradicionais e modernos na sociedade. As meninas são atraídas por imagens, animações e sons que podem ser modificados e reorganizados de forma rápida e simultânea e funcionando como recursos sinestésicos atrativos. É pela combinação de múltiplas linguagens e com um grande impacto visual que as crianças são atraídas pelos jogos eletrônicos (GREENFIELD, 1988).

Discorridos os conceitos e teorias acerca das brincadeiras, dos brinquedos e dos jogos dentro dos moldes tradicionais, modernos e contemporâneos do entretenimento através dos jogos eletrônicos, entendo que as brincadeiras classificadas como de meninas ainda estão fortemente arraigadas às formas e formatações tradicionais pautadas nos processos das experiências e práticas adultas, especialmente e principalmente ligadas aos cuidados domésticos e estéticos com o corpo. Práticas estas impostas pelos próprios adultos às crianças, atreladas e em obediência às regras de mercado e de consumo.

Balizada nas discussões estabelecidas até o presente momento posso deduzir que, ao longo do tempo e sobretudo por intermédio da cultura, os modos de brincar, os brinquedos e os jogos são mantidos e repensados baseados em modelos tradicionais e muitas vezes são classificados com base nas diferenças visuais percebidas entre os sexos das crianças. Assim, norteadas pelos estudos de Joan Scott (1988), os jogos online podem se manifestar como artefatos e discursos que contribuem para as construções das hierarquias de gênero, uma vez que podem ser capazes de disseminar os saberes destas relações, estabelecendo conceitos e representações pautados nas diferenças subjetivas corporais de mulheres e homens e assim podem se constituir como arranjos de poder social entre as crianças jogadoras.

Com a ajuda dos brinquedos, significantes escolhidos de acordo com as alternativas dadas pelas indústrias e do direcionamento dos pais e responsáveis e por formas imagéticas predeterminadas dos processos de brincar de acordo com as regras sociais orientadas ou impostas em seu cotidiano, as meninas podem ser atraídas pelo maior grau de possibilidades de interação e de realismo, aliados aos ambientes cooperativos característicos dos jogos de simulação de temas ligados principalmente às práticas domésticas. Além disso, considero que as crianças jogadoras são mais facilmente cativadas pelos múltiplos estilos dinâmicos multimidiáticos das imagens, textos e sons oferecidos pelos jogos eletrônicos e suas possibilidades virtuais, uma vez que a

contemporaneidade presencia o paradigma da virtualidade que está pautado na capacidade das percepções que se manifestam em práticas sensoriais no sujeito (GRAU, 2007) através da junção dos modos de interatividade, planos de imagens, sons e do movimento (técnicas de animação).

As imagens ilustrativas estão em primazia nesta pesquisa e o capítulo quinto transcorrerá com o objetivo de esmiuçá-las focando os recursos retóricos visuais das imagens que os jogos empregam para atrair as crianças, para que elas utilizem jogos eletrônicos pré-fabricados e prescritos para crianças que se identificam ou que são identificadas como meninas.

5 RETÓRICA VISUAL DE ELEMENTOS GRÁFICOS DIGITAIS COMO FATORES RETÓRICOS NOS USOS DE GÊNERO

Nossas pulsões não se realizam a não ser tomando as formas características de uma determinada cultura; nossos sentimentos não nos são perceptíveis, a menos que se encerrem em palavras, nas imagens que esta cultura nos oferece
Jean-Louis Flandrin⁴⁷.

5.1 ORIGENS DA RETÓRICA VISUAL

A retórica visual surge com a análise de publicidades impressas postas como corpus de estudo em 1964 por Roland Barthes⁴⁸, que se baseou em conceitos da semiologia utilizados por Ferdinand Saussure como o estudo dos signos na área linguística. No Século XX, a retórica ganhou novos espaços teóricos à medida em que os *mass media*⁴⁹ se consolidavam, inclusive contribuindo para a formação de conceitos nacionalistas e de cidadania dos locais onde atuavam. Pela incidência de peças publicitárias cada vez mais incisivas nesses *medias*, o artigo de Barthes ganhou notoriedade por exibir a inovação de pôr à prova a imagem frente a modos de análise existentes que eram realizados, até então, apenas para averiguações linguísticas de textos.

Barthes justifica o uso do objeto de sua análise baseada na cultura de massa, pontuada em peças publicitárias impressas, quando afirma que nestas a significação da imagem é intencional. Elas são elaboradas com base nos atributos do produto, que gera os significados, que por sua vez devem ser transmitidos da forma mais clara possível. Ainda segundo o autor, a imagem da publicidade é repleta de signos plenos, ou seja, com o objetivo de ser o mais inteligível e enfática quanto possível (Barthes, 1990). Para a práxis do seu argumento, Barthes elegeu o anúncio impresso de revista dos produtos Panzani. A análise é iniciada com a descrição geral do conjunto da peça gráfica (Figura 26).

⁴⁷ FLANDRIN, Jean-Louis. Le sexe et l'Occident. Evolution des attitudes et des comportements. Paris: Seuil, 1981. p.21.

⁴⁸ BARTHES, Roland. Réthorique de l'image. *Communications*. Paris: Seuil. 1964.

⁴⁹ Representavam a informação realizada por meios de comunicação de massa "tradicionais" como a televisão, o cinema e imprensa.

Figura 26– Anúncio impresso de revista dos produtos Pazani. (BARTHES, 1990).



Temos aqui uma publicidade Pazani: pacotes de massas, uma lata, tomates, cebolas, pimentões, um cogumelo, todo o conjunto saindo de uma sacola de compras entreaberta, em tons de amarelo e verde sobre fundo vermelho (BARTHES, 1990, p.28).

O anúncio é fragmentado na análise em três categorias de mensagem, a saber, a mensagem linguística (verbal), a denotada (icônica) e a conotada (simbólica). Na análise da mensagem verbal Barthes enfatiza que “toda imagem é polissêmica e pressupõe, subjacente a seus significados, uma ‘cadeia flutuante’ de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros” (BARTHES, 1990, p.32). Assim, esta mensagem tem o objetivo de auxiliar na assimilação das imagens ilustrativas e funciona duplamente como ancoragem (ou fixação), que restringe a polissemia ao explicar a imagem, ou ainda como etapa (ou revezamento), que ocorre quando a mensagem verbal explica algo que a imagem não consegue por si só evidenciar, como por exemplo, saltos temporais ou determinadas relações de causalidade. No caso da análise do anúncio das massas Panzani, temos uma ancoragem, pelo fato da mensagem verbal contida no nome da marca reforçar a “italianidade” dos produtos.

Na mensagem visual do conjunto de elementos da imagem, Barthes aponta quatro tipos de conotações. Na disposição dos produtos na cena fotográfica encontra a primeira conotação. Esta disposição representa “uma volta do mercado”, sugerindo a seleção de produtos frescos prontos para o preparo de uma refeição caseira e saudável. A composição cromática, que além do amarelo utiliza as cores da bandeira italiana (verde, branco e vermelho) e são repetidas nas embalagens, sela a segunda relação de conotação pautada na italianidade da imagem do anúncio. A terceira conotação está na disposição da cena da série de produtos, englobando massas, molhos e queijo parmesão, produtos típicos e indispensáveis ao preparo de um bom prato de massa italiana. A quarta e última conotação encontrada, está na composição fotográfica dos produtos na cena do anúncio, que remete aos arranjos de uma “natureza morta”.

Na análise da mensagem denotativa há o reconhecimento dos elementos compositivos da cena como “suportes” da imagem conotada. Barthes menciona a imagem do tomate na cena do anúncio como um objeto compositivo da cena que constrói o conceito do anúncio. Neste momento da análise, o autor introduz o conceito de *analogon*, como aquele que sempre é refém do repertório cultural e percepção do receptor da mensagem publicitária. Sobre a composição dos elementos como suporte

Nunca se encontra (pelo menos em publicidade)
uma imagem literal em estado puro; mesmo que
conseguíssemos elaborar uma imagem

inteiramente “ingênua”, a ela se incorporaria, imediatamente, o signo da ingenuidade e a ela se acrescenta uma terceira mensagem, simbólica (BARTHES, 1990, p.34).

Mesmo com uma análise fragmentada, Barthes faz questão de frisar que seu interesse está na compreensão da estrutura total da imagem em conjunto com o entendimento da relação triádica das mensagens.

Além das análises imagéticas de anúncios impressos, sua obra colocou definitivamente as relações de complementaridade entre texto e imagem em destaque. Verificou processos de análise em níveis de mensagens conotativas e mensagens denotativas presentes nas imagens, possibilitando mensurações subjetivas de manipulações e graus de persuasão desta dupla na publicidade ocidental. Para Barthes (1990, p. 15) “todas estas artes imitativas comportam duas mensagens: uma mensagem denotada, que é o próprio *analogon*, e uma mensagem conotada, que é o modo como a sociedade dá a ler, em certa medida, o que pensa dela”. Exemplificando, na imagem de um jogo de “cozinhar”, uma ilustração ou foto de uma menina, a denotação está na relação primeira que a criança tem com seu significado derivado da relação direta do signo com seu objeto, então a ilustração ou fotografia denota apenas uma menina, mas neste caso esta relação pode se associar a diversas possibilidades de significados, que dependem do repertório e arcabouço cultural e histórico do “leitor” da imagem. Então, a ilustração que representa uma menina pode denotar uma “amiga” ou um “amigo” dentro das relações sociais do jogo online, pois meninas jogadoras podem “assumir” imagens de personagens “masculinos” como forma representativa dentro do jogo, ou vice-versa.

Para discorrer sobre a retórica da imagem, ou retórica visual, é importante abordar também a trajetória da retórica clássica vigente até o Século XIX e a retórica moderna, repensada para os moldes da publicidade contemporânea na segunda metade do Século XX. A retórica clássica é oficialmente uma *invenção grega*⁵⁰ e teve suas origens posteriores à vitória grega sobre os persas na batalha de Salamina no Século V a.C. Mesmo com a vitória, muitos cidadãos gregos reclamavam seus bens devido aos conflitos e não conseguiam

⁵⁰ A existência da retórica é anterior a sua história na Grécia, uma vez que a mesma já existia entre hindus, chineses, egípcios e hebreus, pois “é inconcebível que os homens não tenham utilizado a linguagem para persuadir” (REBOUL, 2000, p. 1) desde os primórdios das civilizações.

recuperá-los. Eles então apelaram para os meios jurídicos gregos para reivindicar a propriedade de terras que foram tomadas por tiranos persas, mas que mesmo com o fim do conflito não haviam sido devolvidas. Assim, as origens retóricas são judiciárias e a oratória era a principal arma de defesa dos litigantes em uma época que não havia advogados. À parte declaradamente prejudicada foi oferecida a técnica retórica criada por retores gregos, a exemplo de Córax e Tísias, que prometiam invencibilidade nas causas por seu poder de persuasão e se baseava em argumentos pautados na verossimilhança, não necessariamente na verdade. A técnica retórica, arte da oratória, culminou em guias práticos de procedimentos básicos que ensinavam, com exemplos, modos de como as pessoas que recorriam à justiça deveriam proceder para obter êxito.

O alcance ao âmbito literário veio com o filósofo Górgias, sofista grego ao qual é atribuída a inclusão da prosa na poesia grega. Com uma linguagem comum e para discurso público (*epidíctico*), Górgias deu eloquência à prosa de forma a deixá-la tão bela quanto a poesia épica ou trágica, já admiradas pelos gregos. Para tanto, o filósofo estruturou o discurso retórico literário e o estilizou através das figuras de palavras, como a estruturação da rima, da assonância e as figuras de sentido e de pensamento, como a metáfora e a antítese (REBOUL, 2000). Os sofistas deram origem à arte da retórica como discurso de persuasão usando principalmente a linguagem oral, a escrita e o ensino como instrumento. Eram professores de retórica⁵¹ e acreditavam assim, que poderiam convencer qualquer pessoa sobre qualquer causa ao adicionar ao discurso, que estava baseado na meditação e quando muito no diálogo, o ato de discutir e refutar.

Platão e Aristóteles muito se esforçaram para contestar os Sofistas, mas principalmente este último não negou a utilidade essencial da retórica nas ações sociais, o que forneceu um alicerce significativo à Retórica. Aristóteles a legitimou com a valorização da força do discurso no campo da defesa e não do domínio como outrora. Embora tenha ocorrido um reconhecimento, o termo se tornou pejorativo a partir da preterição da técnica por parte destes dois filósofos, o que perdurou toda a antiguidade (MORA, 2001). Enquanto Platão acreditava apenas que a verdade desvelava o que era verdadeiro e por isso renegava a relatividade dos Sofistas, Aristóteles entendia a função da retórica como

⁵¹ Grupo de filósofos representantes da Sofística, movimento intelectual surgido no Século V a. C. que, devido à primeira crise histórica da filosofia – a crise do espírito helênico –, optaram por popularizar a filosofia e a ciência por meio da educação retórica e transformaram-se em verdadeiras *forças sociais* (MORA, 2001, grifo do autor).

válida frente ao convencimento de auditórios que não possuísem instrução o suficiente em determinadas áreas do conhecimento. Seguiam-se com os argumentos quando da impossibilidade das demonstrações. Se o uso da retórica pelos argumentos é honesto ou desonesto, cabia ao retor e não à Retórica tal responsabilidade. De forma sistematizada, Aristóteles manteve a importância da Retórica pautando-a como sendo a arte de esquadriñar tudo o que possa ser persuasivo em um caso ou causa. Em ocasiões de discursos incertos e conflituosos, a Retórica entra com a incumbência de mostrar o verossímil, onde a verdade se encontra oculta ou inalcançável. Com uma Retórica ordenada e sistematizada, o discurso foi dividido em cinco partes principais⁵², a saber, a invenção (*heurésis*), disposição (*taxis*), elocução (*lexis*), ação (*praxis*) e memória (*mneme*). Em conjunção, a fundamentação do discurso está pautada no pressuposto de argumentações colocadas pelo orador com a atribuição de orientá-lo, na intenção de induzir o auditório a adotar conclusões previamente estabelecidas. Das provas que produzem a persuasão, a primeira é aquela obtida pelo *Ethos*, que surge como atributo moral do orador e está assentado em sua credibilidade, nas técnicas demonstrativas e emocionais que utiliza no discurso; consiste no repertório de conhecimentos e experiências que possui, de suas virtudes e de sua benevolência, elementos estranhos à lógica e ao empirismo. A segunda está no *Pathos*, que se refere às paixões sentidas pelo auditório, devido aos variados juízos que os oradores proferem e na terceira, o *Logos*, estão as verdades e verossimilhanças em acordo com a disposição do assunto e sua capacidade de persuadir mediante a razão (ARISTÓTELES, s.d.). Nos séculos seguintes os aspectos técnicos da retórica pouco foram modificados e multiplicaram-se em manuais muitas vezes inacabados (DOBRANSZKY, 2005).

Porém, foi com o Renascimento que a retórica deixou de ser exclusividade das áreas jurídicas e linguísticas e foi posta no espaço figurativo. Fazendo uma aproximação entre pintura e retórica na obra *Da Pintura*, de 1436, Leon Battista Alberti (1404-1472) fez relações entre as cinco partes retóricas conhecidas na representação do corpo, dos sentimentos, psicologia e comportamentos humanos, utilizando para isso em suas relações a lógica, as analogias, as investigações da perspectiva tridimensional e as bases da ciência óptica.

A derrocada da retórica se deu com o humanismo:

É só com o humanismo do século XVI que começa, de fato, o declínio da retórica. A partir

⁵² Alguns autores colocam como apenas quatro partes.

dos séculos XVII e XVIII, a retórica foi, ao que parece, excluída das ciências naturais, da matemática e da filosofia. O treinamento em retórica continuou ainda servindo, até o século XIX, aos debates jurídicos, à política e à pregação. Na maior parte dos contextos, contudo, prevaleceu durante séculos a avaliação pejorativa da retórica, considerada como a arte de enganar, como recurso que permite a elaboração de discursos que impressionam pela forma, sem ter um conteúdo consistente (Costa, 2009).

Ainda segundo Reboul (2001) a retórica clássica e sua reputação pejorativa não mudaram muito até o século XIX. Porém, na década de 1960 acadêmicos restabeleceram a retórica tanto na área linguística como no campo do espaço figurativo das imagens. Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) valorizam a análise do discurso textual baseada na teoria da argumentação, tendo essa tese como centro da análise e utilizando o raciocínio, os procedimentos argumentativos e ainda a demonstração e dedução como instrumentos, por acreditarem que existem variados graus de adesão do público leitor dos textos. Ainda na área da linguística, acadêmicos como Gérard Genette, Morier, dentre outros repensaram a nova retórica acerca dos estilos, mais especificamente das figuras. A figura de estilo surge a partir do momento em que há um desvio do que seria convencionalmente esperado na língua, auferindo a conotação e a denotação.

5.2 RETÓRICA PUBLICITÁRIA E OS JOGOS ONLINE DO CLICKJOGOS

Muito há em comum entre a linguagem publicitária e os jogos online. Estes jogos possuem novas formas narrativas e transnarrativas multimidiáticas (COELHO, 2011) que, com o auxílio das novas tecnologias, fazem uma releitura dos modos de relacionamento entre jogadoras e jogadores, que também se assumem como consumidoras e consumidores, com as empresas patrocinadoras ou desenvolvedoras do jogo. Apesar de se beneficiar de várias características de outras mídias contemporâneas e anteriores a eles, como filmes, animações, programas de TV etc., os jogos eletrônicos ligados às redes informáticas se destacam destas mídias pela relação de interatividade entre

jogadoras/jogadores e seus modos de relações de consumo. Os *games-advergates* foram os pioneiros em unir publicidade de produtos inseridos na jogabilidade dos *games*, porém eles apenas eram responsáveis por levar às consumidoras/es, enquanto também jogadoras/es, as mensagens publicitárias. Comuns no início da década de 2000, com frequência eram jogos dedicados à marca de uma empresa, onde suas linhas de produto surgiam no jogo como elementos ou personagens jogáveis.

Com a popularização dos jogos massivos virtuais, essa interatividade entre publicidade e jogadoras/es tem sido feita também através da denominada “economia dos MMORPGs”⁵³ (VIEIRA, 2006). Nesses jogos online há a possibilidade de comprar com dinheiro real quantidades de moedas virtuais ou habilidades e características com a finalidade de agilizar as atividades propostas pela jogabilidade do *game*, ou ainda comprar acessórios ou objetos que maximizam o poder dos personagens jogáveis. Muitos *games* constituem regras de mercado e montam uma economia monetária própria.

Os *game-advergates* concretizam atos publicitários em meio midiático interativo virtualizado. Os jogos que vendem habilidades adicionais, gerais ou específicas dentro do *game*, ou objetos que complementam estas habilidades, são portadores de variadas representações da categoria das mulheres e das relações de gênero. O termo “representação” nesta pesquisa é tencionado no sentido mencionado por Butler que, ancorada nos estudos de Michel Foucault, defende que

por um lado, a representação serve como termo operacional no seio de um processo político que busca estender visibilidade e legitimidade às mulheres como sujeitos políticos; por outro, a representação é a função normativa de uma linguagem que revelaria ou distorceria o que é tido como verdadeiro sobre a categoria das mulheres (BUTLER, 2008, p. 17).

Através das representações das imagens de artefatos, as práticas sociais prescritas para meninas dentro dos *games* devem ser entendidas

⁵³ MMORPGs é a sigla do inglês Massive Multiplayer Online Role Playing Games que são jogos online em simulam a vida real no mundo virtual através da Internet, onde é possível receber participantes jogando em massa, de forma simultânea e em tempo real.

também como artifícios que necessitam ser tratados e observados sob o ponto de vista dos estudos feministas e das práticas sociais das mulheres, tanto quanto sob a ótica política e linguística. Ainda segundo Butler (2008), a partir destas noções de representação são criados os condicionantes do reconhecimento das identidades. As imagens, consideradas aqui como um tipo de linguagem comunicacional tecnológica, apresentadas nos jogos online e expostas para a utilização por parte das crianças devem ser examinadas como contribuintes nas qualificações das práticas de se tornar sujeito.

5.3 FIGURAS DE PERSUAÇÃO VISUAL

Julgo importante uma breve explanação de como as imagens são apresentadas às crianças sob a forma publicitária, com um caráter de apelo tecnológico. Na busca de identificar os problemas existentes nas linguagens imagéticas utilizadas pelos games destinados às crianças no que concerne às relações de gênero, friso nessa pesquisa o trabalho de Jacques Durant, que buscou a identificação de figuras de retórica na linguagem visual de anúncios impressos. Durant trabalhou nessa linha na tentativa de continuar o trabalho seminal de Barthes e continuou as análises em anúncios impressos. O resultado foi a estruturação de um ementário de figuras de estilo já conhecidas pelos retóricos Antigos e Clássicos, mas que a partir de então foram aplicadas, além dos textos, a imagens. Além disso, segundo o próprio autor, foi possível encontrar “não algumas, mas todas as figuras clássicas da retórica” (DURAND, in METZ, 1974, p. 20). A razão da estruturação das figuras de estilo, já aplicadas amplamente na linguagem verbal, é a de evidenciar que a retórica pode ser, no caso da publicidade, um método de criação em lugar do mito da “inspiração”, da “ideia”, através de repertórios recriados pelos arranjos de figuras retóricas e, a partir delas, galgar a “originalidade”. A figura somente pode existir “quando houver possibilidade de substituir o termo ausente pelo presente” (ANDRADE, 2000, p. 36), e assim por “figura” entende-se toda operação que transporta a linguagem “própria”, ou seja, colocada de forma direta e de sentido denotativo, para o nível da linguagem “figurada”, menos direta, mais elaborada e com relações estreitas com o sentido conotativo das linguagens. As figuras retóricas tornam-se então “transgressões artificiais” das normas

da língua, da moral, da sociedade, da lógica, do mundo físico, da realidade, etc. Compreendem-se

assim as liberdades que a publicidade toma como a ortografia, com a gramática, o emprego intensivo que faz do humor, do erotismo, do fantástico – e, ao mesmo tempo, quão pouco leva a sério suas transgressões: estas liberdades, que tanto irritam as pessoas, não são duplicidade ou indigência do pensamento, mas sim um exercício de retórica” (Durand, *in* Metz, 1974, p. 22).

Se a liberdade estilística se dá na linguagem verbal pela transgressão do bem falar ou bem escrever, nas imagens ela se coloca na transgressão da “realidade física”, como no caso da fotografia e ilustrações, ligando-as aos desenhos fantásticos e aos sonhos uma vez que nestas fantasias “a metáfora se torna metamorfose, a repetição desdobramento, a hipérbole gigantismo, a elipse levitação, etc.” (*Ibid*, p.22). As figuras retóricas são definidas em seus estudos, e adotadas aqui, como operações que iniciam em proposições próprias, ou seja, mais diretas, mais simples e resultam em proposições modificadas pela imaginação, pelo intelecto ou pela paixão, para em seguida instigá-las com interpretações embasadas em construções retóricas.

Operação (1) e Relação (2) são as duas dimensões sobre as quais Durand alicerça todo seu trabalho de classificação das figuras retóricas nas imagens utilizadas na publicidade. Como as figuras se referem originalmente à linguagem verbal (escrita e falada), ele parte das referências das estruturas de construção (figuras de palavras) e sonoras (figuras de dicção)⁵⁴, onde percebe que há sempre nessas figuras quatro operações (1), a saber, a de **adição**, quando há a junção de elementos fundamentais à proposição⁵⁵, de **supressão**, quando os elementos fundamentais são retirados, mas além disso convida o visualizador a perceber a ausência do elemento suprimido e reconstituí-lo, de **substituição**, que ocorre quando há uma adjunção após uma supressão e a **troca**, onde ocorrem duas substituições mútuas. As relações (2) se

⁵⁴ Ao discorrer sobre a dimensão da Operação retórica, Durand explana que La multitude des figures classiques peut se réduire à un petit nombre d'opérations fondamentales. (...) L'examen des “figures de diction” montre qu'elles peuvent se répartir en cinq catégories: répétition d'un même son (rime, assonance, etc.), adjonction d'un son (prothèse, paragoge), suppression d'un son (aphérèse), substitution d'un son à un autre (diérèse), interversion de deux sons (métathèse) (...) Les “figures de construction” se réduisent aux mêmes opérations, appliqués aux mots: répétition d'un même mot (anaphore), adjonction d'un mot (pléonisme), suppression d'un mot (ellipse) etc. (DURAND, 1970, P.72).

⁵⁵ “são aqueles que sustentam as relações elementares: a análise das figuras da retórica indicará simultaneamente quais são os elementos constituintes e quais as relações que existem entre eles”. (Durand, *in* Metz, 1974:25).

concatenam com as alterações ocorridas com os elementos constitutivos das figuras através das operações e são classificadas como de **identidade, similaridade, oposição, diferença e falsas homologias**. O quadro 2 explana a origem das relações que foram obtidas pela combinação matricial entre a **forma**, sempre relacionada aos elementos não verbais e o **conteúdo**, relacionado aos elementos verbais.

Quadro 2 – Tipos de relações oriundas da combinação entre as proposições de forma e conteúdo (DURAND, 1970, p. 74).

Conteúdo	Forma		
	Mesmo	Outro	Oposto
Mesmo	Identidade	Semelhança de conteúdo	Paradoxo
Outro	Semelhança de Forma	Diferença	Oposição da forma
Oposto	Duplo Sentido	Oposição de conteúdo	Oposição Homológica

As variantes relacionais **mesmo, outro e opostos** têm origens nos estudos discursivos da ambiguidade e instabilidade das dicotomias “o mesmo/o outro” e “semelhança/diferença”. Por essa razão, Durand buscou os conceitos dessas variantes na psicologia. Mais especificamente, resgatou as considerações da identidade no estágio pré edípico, onde o “eu” e o “outro” passam a ser dados como distintos, e o estágio edípico, quando as diferenças são de complementaridade e emoção, colocando em foco a noção de paradigma.

Dir-se-á então que dois elementos são "opostos" se eles pertencem a um paradigma que está limitado aos termos (por exemplo, masculino / feminino); "Outro" se eles pertencem a um paradigma que inclui outros termos; "mesmo" se eles pertencem a um paradigma que consiste em um único termo.

As relações de identidade acontecem quando há apenas a variante “mesmo”; a semelhança, quando surge pelo menos uma variante “mesmo” em comparação à variante “outro”; a diferença se dá apenas com a variante “outro” ao passo que a relação de oposição e as

homologias apenas ocorrem entre variantes “opostos”. Daí a distribuição dos elementos variantes. As figuras retóricas então passam a ser balizadas pelas operações e relações supracitadas, como pode ser observado no Quadro 3.

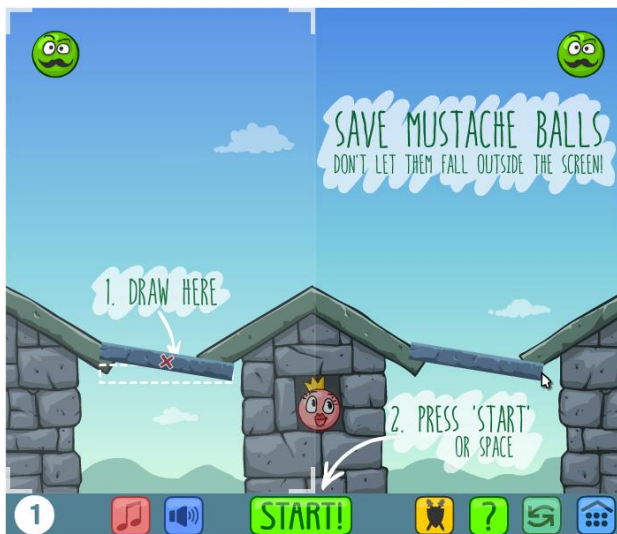
Quadro 3 – Tipos de relações oriundas da combinação entre as proposições de forma e conteúdo (DURAND, 1970, p. 75).

		OPERAÇÃO RETÓRICA			
		<i>Adjunção</i>	<i>Supressão</i>	<i>Substituição</i>	<i>Troca</i>
RELAÇÃO ENTRE ELEMENTOS VARIANTES	<i>Identidade</i>	Repetição	Elipse	Hipérbole	Inversão
	<i>Similaridade</i>				
	- de forma	Rima	Circunlocução	Alusão	Hendiades
	- de conteúdo	Comparação		Metáfora	Homologia
	<i>Diferença</i>	Acumulação	Suspensão	Metonímia	Assindeto
	<i>Oposição</i>				
	- de forma	Emparelhamento	Dubitação	Perífrase	Anacoluto
	- de conteúdo	Antítese	Reticência	Eufemismo	Quiasmo
	<i>Falsa homologia</i>				
	- duplo sentido (forma)	Antanáclase	Tautologia	Trocadilho	Antimetábole
	- paradoxo (conteúdo)	Paradoxo	Preterição	Antífrase	Antilogia

As figuras retóricas postas por Durand determinam analiticamente a disposição dos elementos compositivos das imagens publicitárias. Para esta pesquisa, as figuras retóricas referentes às formas serão de maior importância para as análises das imagens dos jogos infantis, desta forma, tratarei de apenas de descrever os conceitos das figuras retóricas de conteúdo e descrever os conceitos e exemplificar com a ajuda de figuras das telas dos jogos as figuras retóricas referentes às formas, oriundas dos estudos de Durand (1970). Assim, na coluna da **Adjunção** a figura de **Repetição** (forma ou conteúdo) abarca as duas variantes de forma e conteúdo e surge na cena publicitária no uso de elementos iguais multiplicados numa mesma cena ocasionando outra imagem irreal. Um exemplo de repetição visual pode ser observado no jogo *Mustache Time* onde os personagens são apresentados em forma repetitiva circular e são diferenciados através da referência cromática e

estética facial; os personagens “masculinos” possuem bigodes e se apresentam na cor verde, enquanto e as personagens “femininas” possuem cílios e lábios exagerados (Figura 27).

Figura 27– Figura retórica de **Repetição** presente no *ingame* do jogo Mustache Time. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/mustache-time/#>>. Acesso em: 15/12/12/2014.



Na Rima (forma) e na Comparação (conteúdo) há a evidência de uma relação entre iguais ou opostos utilizando a comparação entre produtos, marcas ou personagens. Na tela inicial do jogo Baby Hazel - New Year Bash o fabricante coloca cinco opções de jogos destinados às meninas e que possuem temáticas semelhantes ou relacionadas ao tema do deste jogo. Para evidenciar esta relação, a forma (circular), os cromatismos (com tons variados, porém todos são igualmente brilhantes e mais saturados) e os desenhos tipográficos utilizados formam uma relação de comparação entre os produtos.

A figura de **Acumulação** (forma ou conteúdo) conta com a junção de elementos diferentes para compor um mesmo tema e pode ser no sentido de quantidade ou de caos. O jogo Creator Islands - Lego apresenta inicialmente as peças desorganizadas e acumuladas para que a criança monte aos poucos cada peça e construa sua ilha como objetivo principal (Figura 29).

Figura 28– Figura retórica de Rima presente no *ingame* do jogo Baby Hazel – New Year Bash. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/baby-hazel-new-year-bash/#>>. Acesso em: 15/12/2014.



Figura 29– Figura retórica de **Acumulação** presente no *ingame* do jogo Creator Islands - Lego. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/creator-islands-lego/>>. Acesso em: 15/12/2014.



O **Emparelhamento** (forma) e a **Antítese** (conteúdo) exibem a relação de oposição de situações em que se usa uma marca ou um produto e o que acontece com quem não os utiliza; No jogo Fashion Salon Slacking há um exemplo de Emparelhamento onde as imagens da mesma personagem são colocadas lado a lado em um jogo de descoberta de diferenças (Figura 29). Mostra como ela se apresenta com e sem os acessórios e como são os objetos do cenário completos e incompletos.

Figura 30– Figura retórica de **Emparelhamento** presente no *ingame* do jogo Fashion Salon Slacking. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/fashion-salon-slacking/#>>. Acesso em: 15/12/2014.



A **Antanáclase** (forma) surge como um enigma apresentado pela imagem e o **Paradoxo** (conteúdo) se apresenta como um dilema que a marca ou o produto traz a solução. No jogo Mirror Makeover, a **Antanáclase** surge com o reflexo que está nos três planos de espelho da penteadeira. Os enigmas se apresentam através das alternativas de acessórios de maquiagem e modelos de cortes de cabelo que, uma vez escolhidos, revelam através do espelho a aparência da personagem (Figura 31).

Figura 31– Figura retórica de **Antanáclase** presente no *ingame* do jogo Mirror Makeover. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Meninas/Mirror-Makeover/>>. Acesso em: 15/12/2014.



As figuras que relacionam a **Supressão** são a **Elipse** (forma ou conteúdo), que esconde partes de um produto para provar o quanto elas são importantes, a **Circunlocução** (forma), no qual um elemento é suprimido e em seu lugar é posto um elemento similar; a Figura 32 mostra o jogo Fashion Studio – Ice Queen Outfit, onde a personagem principal (a Rainha do Gelo), que usará a roupa que será criada e costurada pela criança jogadora, é suprimida. Ela é parte do objetivo final do jogo, que é apresentá-la com uma roupa original. A **Elipse** ocorre pela omissão temporária da personagem principal do jogo com o objetivo de valorizá-la. De forma semelhante, a Circunlocução está presente nesta mesma omissão da personagem, mas desta vez porque em seu lugar é colocado um manequim. Somente depois da roupa finalizada, a Rainha do Gelo surge vestida com a roupa confeccionada pela criança jogadora.

Figura 32 – Figuras retóricas de Elipse e Circunlocução presentes no ingame do jogo Fashion Studio – Ice Queen Outfit. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/fashion-studio-ice-queen-outfit/>>. Acesso em: 15/12/2014.



A **Dubitação** (forma) e a **Reticência** (conteúdo) acontecem pela ocorrência de uma situação que representa um tabu e assim há a eliminação de um elemento da imagem para que a ele apenas sugira sua aparição. No jogo Amazing Pajamas Dress Up, a personagem aparece apenas com as roupas íntimas sugerindo a adição das alternativas de roupas e penteados. O modo de jogo sugere que a personagem seja vestida à maneira e preferência da criança jogadora (Figura 33).

A **Tautologia** (forma) e a **Preterição** (conteúdo) são figuras retóricas utilizadas quando os produtos são colocados em cena sem contexto muito elaborado, pois sua própria imagem se basta. Ainda no jogo Amazing Pajamas Dress Up, exemplificado acima, representa a figura de **Tautologia**, pois a imagem da personagem a ser vestida para ir dormir já se basta, sem maiores explicações para que a ação do jogo seja realizada, não havendo necessidade de um cenário mais bem construído ou elaborado para que a criança trabalhe no jogo.

Figura 33 – Figuras retóricas de **Dubitação** e **Tautologia** presentes no *ingame* do jogo Amazing Pajamas Dress Up. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Meninas/Amazing-Pajamas-Dress-Up/>>. Acesso em: 15/12/2014.



Nas relações de **Substituição** pode-se observar a figura retórica da **Hipérbole** (forma ou conteúdo), onde é dado um destaque mais exagerado visualmente ao produto na publicidade para valorizá-lo; como exemplo desta figura retórica, no jogo Sports Heads Football Championship, em solicitação à própria temática e título do jogo, as imagens dos jogadores possuem cabeças gigantes em desproporcionalidade proposital em relação a seus corpos, evidenciando a figura de Hipérbole para valorizar o modo e temática de jogo (Figura 34).

A **Alusão** (forma) e a **Metáfora** (conteúdo) em que há comparações de formas, conteúdos e qualidades abstratas. Dentro do jogo Zombowling, zumbis tomam o lugar dos tradicionais pinos de boliche e a criança jogadora tem à sua disposição um canhão com balas que lembram as bolas do mesmo boliche (Figura 35). A guerra travada com os zumbis é realizada ao utilizar o mesmo modo de jogo do boliche tradicional através da figura retórica da Alusão.

A **Metonímia** (forma ou conteúdo) mostra elementos imagéticos causais para evidenciar os efeitos ou vice-versa através da substituição desses elementos pelo seu destino ou por uma parte deles. A utilização

de personagens antropomorfos em lugar de personagens humanos é muito frequente em jogos infantis e no jogo Ginger Car Cleaning, a **Metonímia** surge com a substituição pela diferença, uma vez que utiliza a imagem de um felino em lugar à figura humana, colocando-as em uma estreita contiguidade de sentido (Figura 36).

A **Perífrase** (forma) e o **Eufemismo** (conteúdo) também operam com os “tabus” sociais e substituem um produto por outro elemento para evitar constrangimentos ou ojerizas, como por exemplo, substituir a mancha de sangue por um líquido azul em um absorvente feminino. No jogo Crosswalk, a criança jogadora deve ajudar as pessoas (homens, mulheres, idosos e crianças) a atravessar uma avenida de mão dupla. O exemplo de Perífrase se dá quando algum personagem é atingido por um dos carros e ocorre a substituição de um provável corpo ferido ou mutilado no asfalto por uma mancha vermelha (Figura 37).

O **Trocadilho** (forma) e a **Antífrase** (conteúdo) utilizam subterfúgios visuais em um jogo de imagens semelhantes graficamente, mas com significados diferentes. Muitos jogos possuem etapas com variados níveis de dificuldade como desafio. Etapas cumpridas ou ainda em curso são numeradas e etapas ainda não alcançadas pela criança jogadora e que não podem ser acessadas aparecem como itens travados. A partir desta ideia, o jogo Tightrope Theatre utiliza a imagem de um cadeado fechado para representar a impossibilidade de acessar aquelas etapas. Desta forma, a imagem do cadeado faz a substituição por pseudossemelhança da forma pela ideia de desafios futuros (Figura 38).

Para a relação de **Troca**, na figura de **Inversão** os elementos são iguais, mas suas qualidades são alteradas. No jogo Skuba a nave colide com um asteroide e faz um pouso forçado em um planeta (Figura 39). O desafio é explorar este planeta. A inversão está na troca da forma do planeta, que por identificação original é redondo, neste jogo sua forma é quadrada. Há então a inversão da forma, onde a ideia de planeta é única, através da deformação do planeta.

A **Hendíadis** (forma) e a **Homologia** (conteúdo) ocorrem quando a similaridade formal é consolidada entre um objeto concreto e um conceito abstrato. No jogo The Wizard o desafio é criado a partir da narrativa inicial, onde o protagonista tem o próprio nariz roubado (Figura 40). Na condição de aluno de magia, o personagem principal

Figura 34 – Figura retórica de **Hipérbole** presente no *ingame* do jogo Sports Heads Football Championship. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/sports-heads-football-championship>>. Acesso em: 15/12/2014.

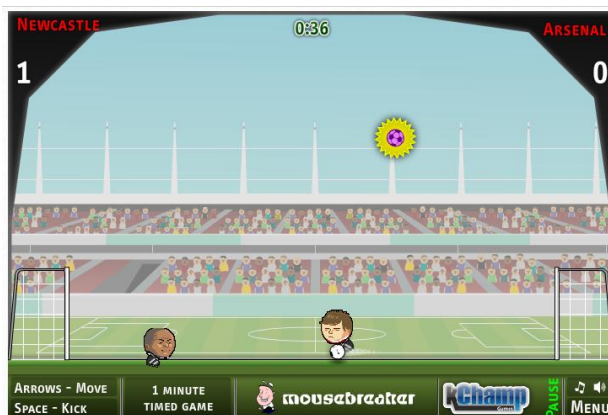


Figura 35 – Figura retórica de **Alusão** presente no *ingame* do jogo Zombowling. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/zombowling>>. Acesso em: 15/12/2014.



Figura 36 – Figura retórica de **Metonímia** presente no *ingame* do jogo Ginger Car Cleaning. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/ginger-car-cleaning/#>>. Acesso em: 15/12/2014.



Figura 37 – Figura retórica de **Perífrase** presente no *ingame* do jogo Crosswalk. Disponível em <http://www.clickjogos.com.br/jogos/crosswalk/>. Acesso em: 15/12/2014.



Figura 38 – Figura retórica de **Trocadilho** presente no *ingame* do jogo Tightrope Theatre. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/tightrope-theatre/#>> Acesso em: 15/12/2014.



Figura 39 – Figura retórica de **Inversão** presente no *ingame* do jogo Skuba. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/scuba/#>> Acesso em: 15/12/2014.



tem a missão de crescer no jogo, através de várias batalhas para derrotar monstros e magos para recuperar o que perdeu e ser dono do próprio nariz. A ideia abstrata de liberdade do personagem através do desafio de recuperar uma parte concreta do próprio corpo do protagonista se apresenta sob a figura de **Hendíadis** dentro do jogo, aludindo ao ideal de crescimento pessoal e maturidade do personagem.

O **Assíndeto** (forma ou conteúdo) modifica a imagem através da mudança da ordem dos elementos que a compõe; Assemelha-se geralmente aos recortes de quebra cabeça desmontado ou deslocado. No jogo Bubble Shooter, o desafio é em forma de puzzle com esferas que se apresentam em quatro cores (Figura 41). O modo de jogo está pautado na mira e no lançamento de bolas em direção a todas as outras que estão à frente, com o objetivo de formar trincas da mesma cor para eliminá-las o mais rápido possível. O **Assíndeto** está na mudança constante da ordem das imagens das esferas para que a jogabilidade ocorra. Assim, há uma troca pela diferença cromática modificando as relações entre os elementos da imagem suprimindo os elos entre eles.

Figura 40 – Figura retórica de **Hendíadis** presente no *ingame* do jogo The Wizard. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/the-wizard>> Acesso em: 15/12/2014.

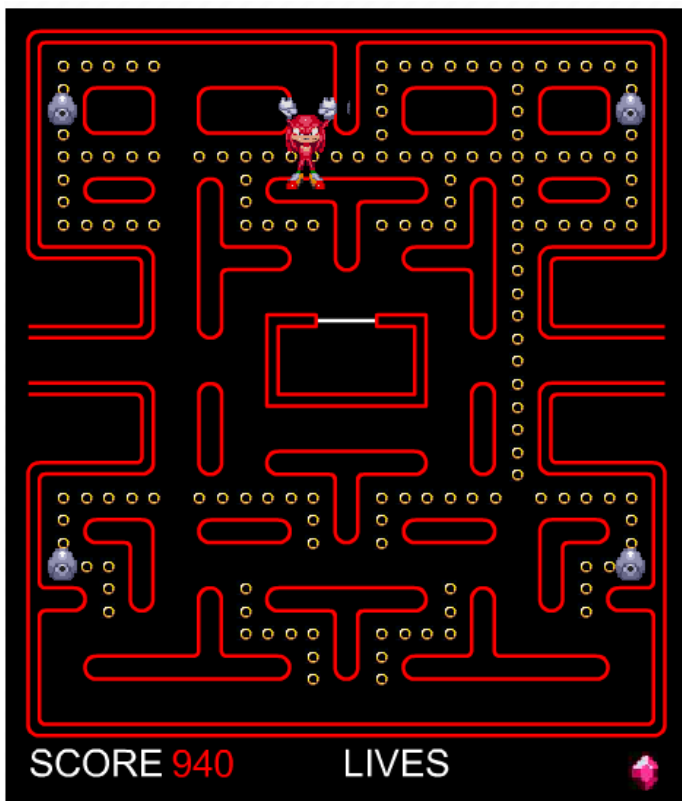


Figura 41 – Figura retórica de **Assíndeto** presente no *ingame* do jogo Bubble Shooter. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Puzzle/Bubble-Shooter/>> Acesso em: 15/12/2014.



O **Anacoluto** (forma) e o **Quiasma** (conteúdo) realizam trocas de elementos imagéticos simples ou surrealista na cena ou troca de características entre personagens para valorizar o produto. O jogo Sonic Pacman utiliza a figura retórica do **Anacoluto** ao trocar o personagem Pacman pelo Sonic e suas características para aniquilar os inimigos do Pacman, que desta vez são robôs (Figura 42). O jogo original de labirinto é então incrementado com as habilidades do novo protagonista.

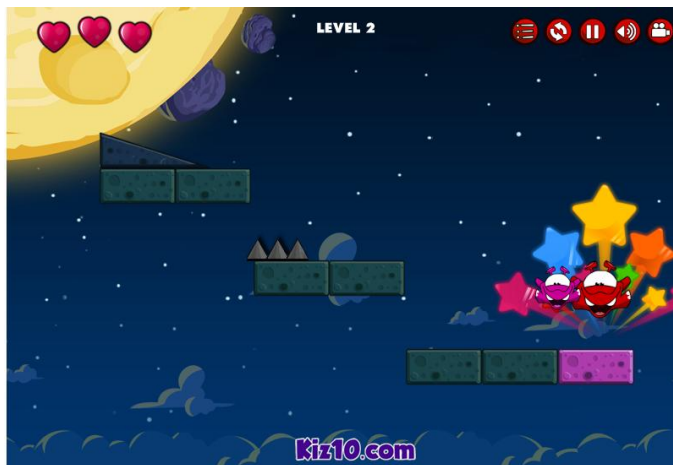
Figura 42 – Figura retórica de **Anacoluto** presente no *ingame* do jogo Sonic Pacman. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Sonic-Pacman/#> > Acesso em: 12/2014.



Por fim, a **Antimetábole** (forma) e a **Antilogia** (conteúdo) são figuras de duplo sentido em imagem única invocando a contradição. Como exemplo do uso da figura retórica da **Antimetábole**, o jogo Loved Monsters utiliza a figura de monstros colocando-os como representações de figuras dóceis e inofensivas em contradição com o imaginário hegemônico de que são seres malignos e nocivos (Figura 43). Neste jogo, o objetivo é unir um casal de monstros através da resolução de pequenos *puzzles* para remover obstáculos que se

encontram entre os personagens. A **Antimetábole** corrobora com a ideia divergente entre o mal e o bem.

Figura 43 – Figura retórica de **Antimetábole** presente na tela *ingame* do jogo Loved Monsters. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/loved-monsters>> Acesso em: 15/12/2014.



Muitos outros estudiosos, alguns menos estruturalistas, sucederam aos estudos retóricos nas mensagens não verbais e verbais utilizando a publicidade como corpus de pesquisa e análise. Georges Péninou (1972)⁵⁶, na década de 1970, se dedicou aos modos de análise publicitária utilizando os conhecimentos da semiótica, que foi perseguido nos estudos analíticos retóricos da imagem por Jean-Marie Floch (1995) e Algirdas Julien Greimas, na década de 1980. Martine Joly (1994)⁵⁷ e Andréa Semprini (1992) trabalharam, na década de 1990, os significados e significantes na valorização dos signos imagéticos publicitários e da propaganda. Mesmo contemporâneos aos avanços dos estudos de gênero, as análises se aprofundaram de forma tímida nas questões e noções de gênero e nas diferenças sexuais percebidas nestas

⁵⁶ PÉNINO, G. *Intelligence de la publicité*. Collection médias et messages. Paris: Robert Laffont, 1972. Péninou estudou as formas de expressão da imagem publicitária com base nos estudos de conotação e denotação de Barthes e Umberto Eco.

⁵⁷ JOLY, M. *Introdução à análise da imagem*. 2. ed. Campinas: Papirus, 1996.

áreas interligadas aos modos de composição e divulgação dos signos morfológicos, cromáticos e tipográficos e suas inter-relações com as formas não verbais dos artefatos e os conteúdos linguísticos verbais.

5.4 SISTEMAS CROMÁTICOS COMO ELEMENTOS DE PERSUASÕES DE GÊNERO

Gombrich menciona que “temos o curioso hábito de achar que a natureza deve parecer-se sempre com as imagens a que nos acostumamos.” (GOMBRICH, 2000, p. 27). O sistema cromático é um exemplo corriqueiro desta afirmação, por estar incluído em todos os contextos sociais pelas vias da visualização e da observação de inúmeros artefatos. O ato de ver é uma experiência primeira que acarreta empréstimos de significados às cores, o que ajuda a concluir que a cor não está agregada a um objeto ou a uma superfície, mas sim a fenômenos suscitados no observador. A cultura e cada indivíduo determina as possibilidades de associações de uma cor, ou uma composição de cores, a um artefato, a situações sociais ou a situações emocionais. Assim, a cor é uma experiência individual mas ao mesmo tempo é um fenômeno de interiorização realizado por estímulos externos. Se as pessoas estão expostas constantemente e “naturalmente” aos signos cromáticos, sua manipulação pode desencadear não somente simples associações, mas pode determinar marcações e convenções, fazer diferenciações e conexões entre elementos sgnicos ou até solucionar problemas formais e funcionais de artefatos que serão consumidos em massa.

As cores também empenham sentidos e os estilos cromáticos que constituem as imagens derivam da cultura, da tecnologia envolvida e do local em que é constituída. A Igreja católica, grande contribuinte da arte ocidental, associava as cores a suas práticas litúrgicas. O papa Inocêncio III oficializou uma paleta de preto, branco, vermelho, verde e roxo. O branco (*albus*) é usado para o Natal, Páscoa e dias santos, o vermelho (*ruber*) é associado ao martírio, o verde (*viridis*) está ligado à vida, o roxo (*violaceus*) está relacionado às reflexões e penitências da Quaresma e finalmente o preto (*niger*) está reservado ao sepulcro. Já o islamismo liga o preto, por exemplo, à noção de ocultação de Deus em sua própria glória e em seu sistema de cores, baseado no número sete, associa o verde à água, o azul à terra, amarelo ao ar e o vermelho ao fogo. Estas significações são, em sua maioria, muito diferentes das deliberações cromáticas tradicionais do simbolismo comercial

contemporâneo onde o verde e o laranja, por exemplo, são ligados à terra e o azul à água (FRASER, 2007).

Designers, artistas, anunciantes e publicitários manipulam sistemas cromáticos em composições gráficas de forma e inúmeras são as técnicas utilizadas, como a sincronia e coerência entre os elementos que os compõem e as estratégias de divulgação destes bens. Ao associar ou marcar determinadas cores com conceitos ligados aos femininos ou masculinos, há constantes Paradoxos entre sua função e simbolismos (Sudijc, 2010), como por exemplo, a cor que é dada como solução de um dilema que um produto sustenta. Sudijc menciona as formas da luminária articulada de mesa Tizio, que trazia em sua primeira versão de 1972 a utilização da cor preta. Apenas o interruptor em sua base surgia em vermelho. Sua forma insinuava, na época, total modernidade e o preto transformou este objeto inerentemente doméstico: o artefato, que costumava ser projetado para ser atraente, passou a incorporar a seriedade como conceito. Ainda segundo o autor, sua forma “é esguia e elegante, mas sua estética preta agressiva lhe dá uma masculinidade sem sutileza” (ibidem, p. 65)⁵⁸. Por isso, uma versão branca da luminária foi adotada na mesma década como marca registrada de balcões de cosméticos de lojas de departamento. Os usos das cores surgem como solução ao direcionamento ou ditadura inequívoca das formas. Tal conclusão sugere o uso da retórica nestas relações com a função de despertar o interesse dos indivíduos com propósitos pré-determinados, tanto para fins comerciais como para reafirmar práticas e conceitos cotidianos. Não só acontecem com as cores, mas com as próprias formas, tipografias, texturas e composições imagéticas. Sudijc questiona ainda se essas qualidades significativas são próprias dos objetos ou são adquiridas pelas Repetições, familiaridade, ou convenções. A resposta vem para confirmar que as propriedades visuais relacionadas a formações de estereótipos têm a ver com a construção social de arquétipos dominantes. Como outros códigos gráficos, as cores não são fixas; elas são sempre parte de um todo cenográfico concreto no qual as pessoas interagem incessantemente. Os arquétipos são considerados aqui como paradigmas simbólicos e funcionais que constituem a base dos artefatos de modo a permitir sua identificação como produtos de uma

⁵⁸ O uso das cores preta para a luminária e vermelha apenas no interruptor é sugerido como masculino pelo autor pela ligação destas cores com a pistola Walter PPK e com o radiador do carro Golf GT da Volkswagen dos anos 1980. Toda em preto a arma utilizava o matiz vermelho para chamar atenção para a trava de segurança. Já o carro tinha uma estreita linha vermelha em volta do radiador.

classificação dada⁵⁹. Seguindo a linha de conceitos dada por Sudijc, os arquétipos, por exemplo, são originados conforme as cores são oferecidas e dispostas em artefatos e sugerem como as pessoas sujeitadas a elas devem assimilar informações ou como devem comportar-se em muitos ambientes. As pessoas, por sua vez, necessariamente precisam aceitar e adotar estas composições, disseminá-las e, pela Repetição, fazer com que elas funcionem pelas vias das convenções⁶⁰. Isto sugere então que os arquétipos “funcionam” para qualquer pessoa que se sinta sujeitada àquelas composições postas pelas convenções. Assim, sistemas cromáticos não são universais, tornam-se hegemônicos em cada cultura através de suas aplicações práticas iterativas. O universal pode atender tanto a relações globais e locais, e isso se aplica igualmente a sistemas codificados simbolicamente, como é o caso das cores.

Meninas e meninos são, em muitas sociedades ocidentais, segregados pelas vias do que Nicholson (2000) denomina como “fundacionalismo biológico” onde há a “premissa da existência de fenômenos biológicos reais a diferenciar mulheres de homens, usadas de maneira similar em todas as sociedades para gerar uma distinção entre masculino e feminino” (NICHOLSON, 2000, p. 11)⁶¹. Sem observação apurada dos significados dos corpos e da multiplicidade de entendimento que podem revelar, os determinismos se verificam em

⁵⁹ Este entendimento é baseado nas teorizações junguianas a respeito de um inconsciente coletivo de onde surge a noção central de arquétipos. Para ele o arquétipo é a parte herdada da psique e pode ser entendido como o correspondente do inconsciente coletivo aos complexos do inconsciente individual, como imagens atratoras de significado (RAFFAELLI, 2002).

⁶⁰ A definição de arquétipo aqui mencionada não deixa de reconhecer a existência das apropriações que se mostram na contramão às “normalizações” destes arquétipos. A intenção é demonstrar uma construção conceitual que evidencie os processos da construção de arquétipos e como eles são repassados e herdados atravessando gerações.

⁶¹ De acordo com a interpretação de Linda Nicholson, “aqui o biológico foi assumido como a base sobre a qual os significados culturais são constituídos. Assim, no momento mesmo em que a influência do biológico está sendo minada, está sendo também invocada”. A essa abordagem Nicholson dá o nome de fundacionalismo biológico. Cabe ressaltar que no livro “Sexo e Temperamento”, a antropóloga norte-americana Margareth Mead mostrou que, numa mesma ilha da Nova Guiné, três tribos, os Arapesh, os Mundugumor e os Tchambuli, atribuíam papéis muito diferentes para homens e mulheres. Agressividade e passividade, por exemplo, comportamentos que, em nossa cultura ocidental, estão fortemente associados, respectivamente, a homens e a mulheres quase como uma “determinação biológica”, entre estas tribos lhes eram associados de outra forma. Num destes grupos, homens e mulheres eram cordiais e dóceis; no outro, ambos eram agressivos e violentos; e no terceiro grupo as mulheres eram agueridas, enquanto os homens eram mais passivos e caseiros. A partir deste estudo, muitos outros foram feitos em outros grupos humanos, mostrando que os papéis atribuídos a homens e a mulheres não eram sempre os mesmos. Ver MEAD, M. **Sex and temperament in three primitive societies**. London: Routledge & Kegan Paul, 1963.

marcações estereotipadas, colocadas historicamente e culturalmente para determinar conceitos e funções e balizadas de acordo com o dado biológico ditado pela hegemonia heterossexualizada colocada como “natural”.

Assim, as associações de matizes cromáticos são postas em estreita relação com as características biológicas mais fortes pelas vias da heterossexualização, pois esta estratégia “facilita” as identificações de artefatos de forma massificada. Por conseguinte, as marcações de cores primárias para crianças, por exemplo, facilitam tanto as escolhas como o oferecimento dos artefatos para elas, mesmo que haja isoladas contestações ou repulsas voluntárias ou involuntárias. A predominância dos tons de cor rosa brilhante nos jogos prescritos para as meninas pelo ClickJogos é um exemplo das idas e vindas da formalização cromática destinada um determinado sexo. Esta cor segrega e destina conceitos limitantes para as meninas ao demarcar uma *naturalização* do ambiente da cozinha como predominantemente feminino ou quando é usado, ainda nos cenários dos jogos e nos corpos das personagens, para integrá-las a ações miméticas de adultos realizadas majoritariamente pelas mulheres, como é o caso do cuidado com as crianças ou com a estética corporal. As Figuras 44, 45 e 46 mostram a utilização dos tons de rosa brilhante e como eles se repetem nos objetos compositivos dos cenários e nas roupas das personagens.

Estas telas de jogos prescritos para meninas estavam, na data de captura da tela, como jogos em destaque na sessão “Meninas” do site ClickJogos. Nelas, a adição da cor rosa, em variadas saturações e brilhos, faz uso da Repetição como recurso retórico na acepção de conceitos direcionados à amamentação, à dedicação filial, ao matrimônio heterossexual, à preparação doméstica dos alimentos, dentre outras, como inerentemente práticas de meninas e mulheres. Não há *espaço* cromático para meninos educados dentro das estratégias heterossexualizadas, uma vez que as demais cores são carregadas com brilhos e suavidades que sugerem uma contiguidade de conceitos de uma sexualidade “oposta” à deles. É o caso dos azuis e verdes suavizados e amarelos iridescentes utilizados nos cenários em menor proporção física e simbólica.

No segmento em que os jogos infantis não são prescritos verbalmente e cromaticamente pelo site ClickJogos, a composição cromática é elaborada de forma diferente, como pode ser visualizado nas Figuras 47, 48 e 49. Os tons em rosa são abolidos e os azuis verdes e amarelos aparecem menos saturados, ou seja, em tons mais escuros.

É necessário observar que as paletas indicativas das cores (padrões cromáticos) utilizadas em cada jogo que acompanha as Figuras de 44 a 49 desta pesquisa não contemplam o preto. É que a *Web* adota o sistema de cores aditivas, que trabalha com a luz emitida. Elas são misturadas partindo de três cores primárias a cujas frequências os olhos humanos reagem: o Vermelho (Red), o Verde (Green) e o Azul (Blue), fechando o sistema RGB (Figura 50).

Figura 44 – Tela do cenário *ingame* do jogo Ellie Wedding Prep e padrão cromático utilizado. Disponível em: <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/ellie-wedding-prep>>. Acesso em 12/09/2014.



As análises cromáticas do *ingame* dos três jogos citados (Figuras 44 a 46) mostram um predomínio de matizes mais saturadas e mais brilhantes, na constituição cromática de cenários e personagens nos jogos aconselhados para as meninas. Por outro lado, os jogos com hyperlink em vermelho não possuem qualquer prescrição para meninos e apresentam cenários e personagens constituídos por matizes menos

Figura 45 – Tela do cenário *ingame* do jogo Princess Cake Cooking e padrão cromático utilizado. Disponível em: <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/princess-cake-cooking>>. Acesso em 12/09/2014.



Figura 46 – Tela do cenário *ingame* do Jogo Cute Baby Daycare 2 e padrão cromático utilizado. Disponível em: <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/cute-baby-daycare-2>>. Acesso em 12/09/2014.



Figura 47– Tela do cenário *ingame* do Jogo Italian Cup 3D 2014 e padrão cromático utilizado. Disponível em: < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/italian-cup-3d-2014/>>. Acesso em 12/09/2014.



Figura 48 – Tela do cenário *ingame* do Jogo Pixel Quest – The Lost Idol e padrão cromático utilizado. Disponível em: < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/pixel-quest-the-lost-idols>>. Acesso em 12/09/2014.

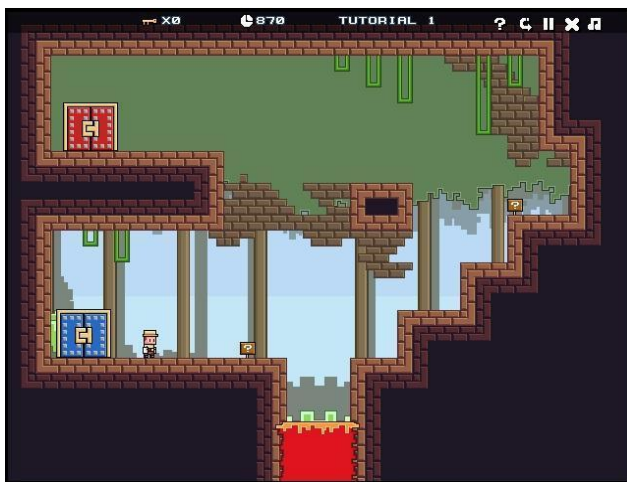
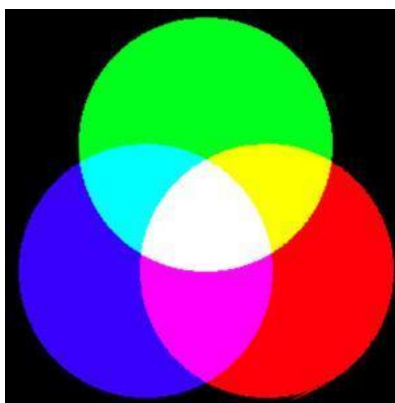


Figura 49 – Tela do cenário *ingame* do jogo Avatar – A Batalha dos Desbravadores e padrão cromático utilizado. Disponível em: < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/avatar-batalha-dos-dobradores/>>. Acesso em 12/09/2014.



Figura 50 Figura 50 – Mistura aditiva de cores (modelo RGB).



saturados (conforme Figuras 47 a 49). Estas apurações levam a algumas interpretações: a primeira se refere a uma particularização de temas de jogos para as meninas em concomitância a uma generalização dos jogos

apresentados em hyperlinks vermelhos. A generalização é entendida nesta pesquisa como tal por não haver indicações diretas destes jogos para nenhum dos sexos e desta maneira meninas e meninos estariam “autorizados” a utilizá-los. Em segundo, ao particularizar os jogos da seção “Meninas” através de uma interface que faz uso do conteúdo e das formas, pode-se entender que o ClickJogos contribui para o aprendizado e manutenção de estereótipos que induzem ao reconhecimento limitado dos tipos de feminilidades. Além disto, os entendimentos das masculinidades também são extirpados por haver uma exclusão da participação espontânea dos meninos nestes jogos e consequentemente das práticas simulativas sociais contidas neles. Pode-se observar que o sistema cromático utilizado também é coadjuvante das possibilidades de escolhas dos tipos de jogos que as crianças pretendam (ou possam) utilizar para seu entretenimento. Assim como os meninos são desencorajados a utilizar jogos com matizes em rosa e azuis brilhantes, as cores escuras e turvas, postas nos jogos que não são prescritos para elas, tendem a repeli-las ao empreendimento por temas de esportes, aventuras e lutas, como mostrado nos exemplos acima (Figuras de 38 a 43), porém, caso elas os escolham, há uma maior tolerância social a este empreendimento.

Mesmo que as cores, ou as suas composições, sejam arbitrárias, Fraser e Banks (2007) defendem que relacionar repetidamente um personagem ou tipos de eventos em determinadas narrativas acarreta a criação de conexões específicas relacionais nas espectadoras e espectadores. Isso acontece porque os valores contidos nas cores são aqueles que as pessoas lhes atribuem. Nem sempre a cor rosa esteve ligada aos conceitos das feminilidades. Registros visuais históricos revelam que ela era mais fortemente ligada aos conceitos das masculinidades, que constantemente eram representadas pela cor vermelha para os adultos através de artefatos bélicos, relacionadas ao fogo, ao sangue e às boas e más paixões denotando força, ação e agressividade; através das cortes reais, onde são retratados pequenos príncipes com indumentária cor-de-rosa e das simbologias da igreja católica, com Adão surgido da argila e com o manto vermelho de Cristo e o véu azul de Maria. Se o vermelho era a cor da masculinidade madura, o rosa, sendo um vermelho de menor força, era destinado aos meninos (HELLER, 2013), atribuindo aspectos essencialistas para o vermelho.

Ainda segundo Heller (2013), a virada destas atribuições monocromáticas vinculadas ao sexo veio com o término da Primeira Guerra, quando as roupas ganharam o colorido resistente às fervuras.

Além das novas tecnologias têxteis, a “moda reformista” modificou profundamente as indumentárias femininas e infantis. Para os homens, o fim da guerra desestimulou o uso do vermelho em suas roupas, o que acarretou uma mudança na moda infantil dos meninos. Adversamente, o rosa passou a ser sinônimo também de discriminação, quando na Segunda Guerra homossexuais contrários aos modelos hegemônicos de masculinidade foram presos e obrigados a usar um triângulo de cor rosa costurado à roupa. Assim, a cor de tom mais fraco e menor, advinda do vermelho, foi gradativamente sendo transferida (ou adotada) para as meninas e só se firmou como representante das feminilidades nos anos de 1970.

Pela flexibilidade física e simbólica das cores, pesquisadores de áreas como as de psicologia, arte, publicidade e design dão atenção às associações diretas das cores em relação ao sexo dos indivíduos. Enquanto que nos materiais impressos a aplicação da cor pigmentada é um luxo, na *Web* o uso das cores é gratuito e elaborado com a luz como matéria prima. Desta maneira, exageros no uso de variados matizes são constantes na *Web* e, muitas vezes, projetistas de jogos infantis ignoram o fato de que as cores são uma ferramenta poderosa, se não para diretamente guiar as escolhas de gênero, mas certamente para trabalhar a manutenção das simbologias de conceitos criados comercialmente através também do uso da retórica visual e que desembocam em equivocadas assimetrias na sugestão de algumas práticas sociais ligadas ao sexo.

5.5 SISTEMAS TIPOGRÁFICOS COMO ELEMENTOS DE PERSUASÕES DE GÊNERO

Assim como as cores, as tipografias também transmitem mensagens e conceitos. Elas se estendem muito além da simples transmissão de conteúdos nas composições gráficas impressas e digitais. As formas cedidas às letras também possuem conceitos e sensações atribuídas, que auxiliam as narrativas destas composições. A tipografia pode convergir para si as propriedades das formas, dos conteúdos e das cores, o que torna sua aplicação mais complexa, ao mesmo tempo em que empresta e complementa valores ao *layout*. Suas formas comunicam tanto quanto o conteúdo linguístico que transmite e as cores que possui. Porém, uma psicologia das formas tipográficas (assim como existe para as cores) ainda é incipiente em pesquisas e publicações da área. As publicações se dedicam mais sobre a história, as técnicas e a arte

envolvidas em suas formatações e menos em conceitos e qualidades em relação às nuances dos desenhos tipográficos, apesar da escolha do desenho dos tipos ser importante para a viabilidade do projeto de uma peça gráfica.

Inicialmente, a eleição do desenho do tipo a ser utilizado nos conteúdos das peças gráficas projetadas por designers seguem uma hierarquia de visualização, legibilidade e leiturabilidade⁶². Estas projeções dinâmicas das formas dadas aos caracteres dos textos são pouco perceptíveis ao público, apesar desta dinâmica ser responsável pelas gradações de importância de leitura aos títulos e textos corridos e serem responsáveis diretamente pelo destaque, relevância e divulgação daquele artefato em relação a seus concorrentes ou similares. Um exemplo desta gradação é a relação proporcional nas dimensões, cores, posicionamento e formas diferenciadas de um título de um jogo online em relação a outras informações textuais em uma tela *splash* (Figura 51 e 52).

Figura 51 – Tela *splash* do jogo Super Mário Flash. Disponível em: <<http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-eAventura/Super-Mario-Flash/>>. Acesso em 02/12/2014.



⁶² Ao contemplar a cognição e a percepção dentro das linguagens verbais e iconográficas (MARTINS e MORAES, 2002), a ergonomia informacional considera a visibilidade como a qualidade de um caractere ou símbolo que torna possível sua separação visual do suporte em que é apresentado ou em seu entorno; a legibilidade como aquela que indica a facilidade com que as partes podem ser reconhecidas e organizadas num modelo coerente e a leiturabilidade como sendo a qualidade responsável pelo reconhecimento da informação textual quando apresentada em grupamentos significativos como palavras, sentenças ou textos contínuos (EPSTEIN, 1995).

Figura 52 – Tela *splash* do jogo Fashionista Hidden Objects. Disponível em: < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/fashionista-hidden-objects/>>. Acesso em 02/12/2014.



Assim, o desenho da letra auxilia o direcionamento e hierarquia de leitura das palavras, frases e textos, assim como a velocidade que estes componentes serão lidos e interferem subjetivamente na interpretação do conteúdo que transmitem. Mesmo com a intervenção do design nos modos de apresentação dos textos, o exercício e a experiência da varredura da leitura de textos é realizada de maneira tão individual quanto a maneira de ver as cores e entendê-las; porém, há padrões de formatações aos quais grupos de sujeitos se adaptam pela iteração constante de determinadas leituras. Esta é uma característica geral de leitoras e leitores. Mas de forma inversa, os tipos podem convencionar determinadas conotações com a ajuda dos elementos não verbais. Podem ter usos práticos como emagrecer, engordar, correr, pular, transportar, sugerir peso ou leveza ou ainda aborrecer ou incitar. Hastes mais finas ou mais espessas, mais leves ou mais pesadas e serifas⁶³ mais arredondadas ou mais quadradas também são responsáveis por transmitir estas conotações.

A título de explanação introdutória, considerações sobre algumas terminologias adotadas na construção tipográfica para usos verbais

⁶³ Serifas são prolongamentos que ocorrem nas terminações das hastes de alguns estilos de tipos (ver indicação na Figura 53, nos caracteres “A”, “E”, “d”, “n” e “p”).

tornam-se importantes neste momento da descrição da pesquisa. Denomina-se **tipografia** originalmente todo processo técnico de impressão de caracteres alfanuméricos talhados em caixas metálicas em alto relevo, com a função de serem entintados e posteriormente impressos em papel. Este processo se estendeu a outros meios como os digitais e eletrônicos (MEGGS, 1992). Sendo assim, o **tipo** é a unidade sónica verbal gráfica compositiva de palavras, textos e parágrafos e que possui a capacidade de trocar relações entre a tipografia, o conteúdo e a imagem. Isto o torna um signo duplo trabalhando na comunicação pelos sistemas semióticos plásticos e verbais. Então, a tipografia se tornou o meio pelo qual uma ideia escrita recebe uma forma visual (AMBROSE; HARRIS, 2006). Assim, pode-se definir uma **fonte** como os estilos gráficos que um tipo pode possuir (TONDREAU, 2009). Como os estilos são diversificados, suas partes foram anatomicamente nomeadas com termos técnicos dados por artífices que desenvolveram o ofício durante quinhentos anos (KANE, 2012). Outros dois termos recorrentes são o **traço**, que se refere à linha que define a forma básica da letra, e as **contraformas**, que são os espaços definidos e geralmente contidos, pelos traços e estilo da forma da letra. As Figuras 53 e 54 mostram os detalhes da nomenclatura que descrevem partes das formas dos tipos e em disposição linear.

As fontes podem adquirir formas que transgridem sua simples função verbal e legibilidade. Nestes casos elas são denominadas fontes display e tem origem nas iluminuras medievais (Figura 55) em que as primeiras letras do texto eram maiores e decoradas com a função de ornar as páginas. O tipo móvel manteve este estilo com as letras capitulares, permanecendo diferenciadas dos tipos do texto corrido. A tecnologia digital possibilitou uma maior liberdade na elaboração destas fontes reforçando o envolvimento pictórico das letras (BAINES & HASTAM, 2005; SANTOS, 2008).

Averiguar se o uso tipográfico está relacionado aos usos de gênero nos jogos é primordial para descobrir quais as implicações retóricas visuais desta relação. Este procedimento pretende averiguar se, baseado nestas relações de marcações de gênero, há implicações de estereótipos e assimetrias através das formas visuais.

Erik Spiekermann aborda a linguagem das formas tipográficas na comunicação, que segundo o autor, torna-se visível ou invisível dependendo do contexto e de como as pessoas pretendem se comunicar. Ao utilizar imagens familiares para comprovar que a tipografia é uma ferramenta de poder que se manifesta com níveis de carga emocional sempre que qualquer pessoa tenha algo a expressar de forma escrita,

impressa ou em tela de vídeo, ele utiliza as expressões faciais para mostrar que elas podem evocar sentimentos básicos através das figurações de um rosto feminino em quatro grandes condutas humanas: a dúvida, surpresa, alegria (com o uso do vocábulo inglês “joy”) e raiva (Figura 56). Não há uma explicação verbal clara por parte do pesquisador da razão pela qual escolheu uma figura feminina para expressar os sentimentos elencados e associá-los às formas tipográficas do conteúdo. Mas há a sugestão explícita visual de que as mulheres expressam mais facilmente os sentimentos quando apenas a figura feminina é utilizada para exemplificar os conceitos elencados; ideia disseminada popularmente em oposição à máxima de que “homem não chora” ou evidencia o veto das emoções neles, disciplinada nos conceitos essencialistas da naturalização destas delimitações. Ainda na mesma publicação, Spiekermann (2011) identifica as pessoas às quais toma de empréstimo seus perfis visuais para demonstrar que palavras escritas são como rostos: “quanto mais características podemos ver, mais fácil fica saber quem é quem” (*Op. cit.*, p. 99). João, Paulo, Jorge e Rita são mostrados em três situações gráficas: na primeira, mostra a silhueta em alto contraste de figura em relação ao fundo, com a repetição do uso do chapéu nas quatro figuras; na segunda, a mesma silhueta novamente em alto contraste, porém sem o uso do acessório e, finalmente, a foto reveladora das imagens das quatro pessoas que ele utiliza no exemplo (Figura 57). Mesmo sem o compromisso teórico de associar as tipografias aos sexos, seu exemplo persuasivo, baseado na Suspensão dos elementos ligados a figura humana e uma indicação sexual dicotômica, resultam em um reforço retórico de assimetrias de gênero no que diz respeito às conotações associadas a condutas delas em relação às noções de masculinidades.

Considero que fatos como os narrados acima, tanto na relação de um cromatismo ou formas das letras associadas às emoções e condutas⁶⁴, ocorrem de forma constante em muitas representações

⁶⁴ Condutas e emoções são aqui entendidas como construções sociais que se interligam em uma realidade psíquica. Compartilho mesma convicção de Jean-Louis Flandrin, que argumenta que “não há compreensão possível do que sentem os outros, tanto quanto se permanece estrangeiro à consciência que têm. Pode-se descrever a aparência de uma conduta - suas manifestações externas -, em termos atuais; pode-se estabelecer estatisticamente as relações aparentes entre os estímulos e os comportamentos, e isso é de uma utilidade incontestável; mas, não se pode aproximar a realidade humana de uma conduta senão através da consciência que os sujeitos têm dela. Logo, o acesso à interioridade do sujeito não está irremediavelmente fechado ao estudo científico. Para ser final e irreduzivelmente original, cada conduta individual não deixa de ser menos amplamente determinada pela cultura onde se manifesta. Pois nossas pulsões não se realizam a não ser tomando as formas características de uma determinada cultura; nossos sentimentos não nos são perceptíveis, a menos que se encerrem em palavras, nas imagens que

Figura 53 – Nomenclatura das partes das formas dos tipos, neste caso, com serifas (NIEMAYER, 2006, p. 34).

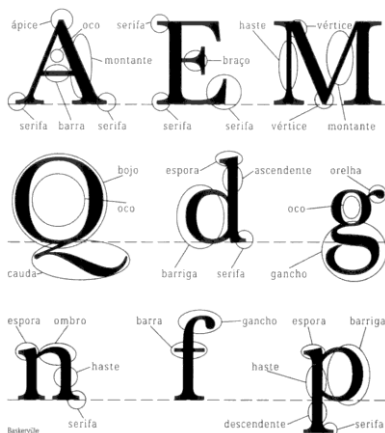
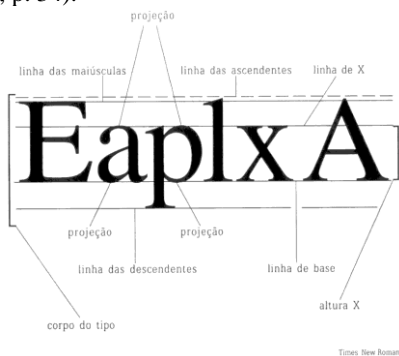


Figura 54 – Nomenclatura dos tipos quando dispostos em linha lado a lado (NIEMAYER, 2006, p. 34).



imagéticas e tornam-se sutilmente norteadoras de conotações que fazem o uso do gênero, como é o caso de utilizar a figura representativa de uma mulher para associar o desenho das letras às expressões faciais como resultado de determinadas emoções humanas (Figura 56). No próximo item trato de observar as relações entre formas tipográficas e as

esta cultura nos oferece” (FLANDRIN, 1981). Ver em FLANDRIN, Jean-Louis. *Le sexe et l'Occident. Evolution des attitudes et des comportements*. Paris: Seuil, 1981. p.21.

questões de gênero em alguns jogos digitais infantis disponibilizados pelo ClickJogos, tendo em vista a persuasão das emoções humanas suscitadas pelas temáticas e narrativas de seus contextos.

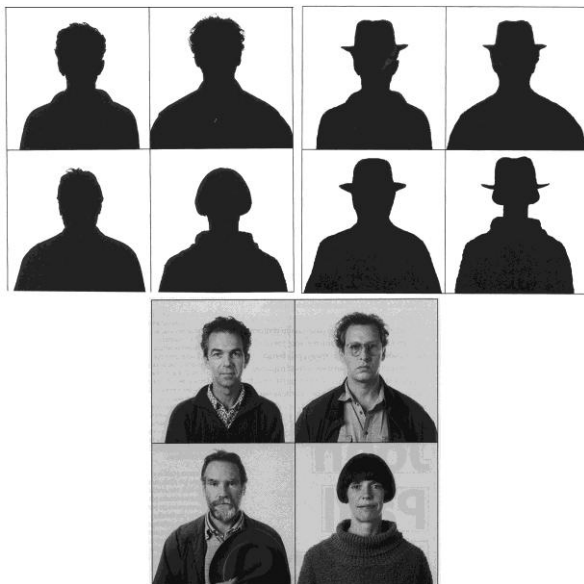
figura 55– Iniciais das letras “G”, “T” e “P” das iluminuras de *Scriptores historiae Augustae*, Milão: Philippus de Lavagnia, 1475 (Sp Coll Hunterian Ds.2.6-7) (Sp Coll Hunteriano Ds.2.6-7). Disponível em: < <http://www.gla.ac.uk/services/incunabula/>> Acesso em: 22/09/2014.



Figura 56 – Sequência de imagens com perfis visuais para demonstrar que palavras escritas são como rostos (SPIEKERMANN, 2011, p. 44, 46, 48 e 50).



Figura 57– Sequência de três imagens com perfis visuais para demonstrar que palavras escritas são como rostos (SPIEKERMANN, 2011, p. 98, 100 e 102).



5.6 CROMATISMOS E TIPOGRAFIAS COMO ELEMENTOS PERSUASIVOS NAS RELAÇÕES DE GÊNERO

O jogo Tattoo Passion 2 (Figura 58) está entre os jogos prescritos para meninas no site ClickJogos e possui uma narrativa diferenciada em relação a outros jogos da mesma classificação que utilizam temas de estética aliados à beleza através de cosméticos. A sensualidade feminina é mais explorada pelas disposições dos corpos femininos e as marcações são provocadas visualmente através do uso de matizes mais intensos. O jogo utiliza ao todo três fontes: para o logotipo, para os botões de navegação e para o conteúdo explicativo. A fonte escolhida para o logotipo é um tipo sem serifa caixa alta (maiúsculas). Ela tem um desenho básico simples, porém é trabalhada em estilo display, com hastes retilíneas e com um peso visual e tamanho consideráveis, o que coloca o logotipo em posição hierárquica visual mais importante em relação aos outros elementos gráficos da cena. O que o deixa mais leve e divertido é a obliquidade negativa (inclinação para a esquerda) do eixo

dos tipos em conjunção com as composições de cores. A ausência de serifas nas letras configura apontamentos de rebeldia e transgressões juvenis constantemente associadas ao uso de tatuagens. As cores, em contraste, emprestam volumes e tridimensionalidade aos vocábulos em conformidade com os volumes proeminentes e sensuais dos corpos femininos que se apresentam nas cenas. As fontes utilizadas nos botões e textos, que auxiliam a jogabilidade, utilizam a técnica de contiguidade visual em relação à tipografia do logotipo, mantendo as características arredondadas e ausência de serifas.

Assim como o jogo Tattoo Passion 2, que contém apenas mulheres como protagonistas, o jogo Ashley's Kitchen Skill possui apenas uma personagem em todo o decorrer das ações. Ashley possui características e marcações de feminilidades como, por exemplo, o avental e cabelos amarrados para trás em **Alusão** à assepsia doméstica, que são complementados com o cenário da cozinha como seu domínio, onde a criança deverá movê-la pelo cenário com a ajuda do mouse para preparar uma pizza com os ingredientes disponíveis.

A cozinha é apresentada como ambiente marcado “para mulheres” (uma vez que a personagem é uma mulher e não uma menina) em inúmeros outros jogos de cozinhar prescritos para meninas pelo site ClickJogos e, neste caso, aparece desde a tela *splash* até o fim do jogo como cenário único.

O jogo possui uma marca, e não apenas o logotipo, por ser o resultado da junção visual de uma ilustração figurativa e dados tipográficos. O nome do jogo aparece sob uma ilustração que simula uma placa de madeira com letras em relevo. Placas e letreiros geralmente remetem a algo corporativo, mas o ambiente é o de uma cozinha doméstica. A propriedade de relevo das letras simula a tridimensionalidade e dá destaque ao título do jogo em relação a outros elementos gráficos como, por exemplo, a imagem da protagonista do jogo, que toma quase metade do espaço do layout da tela. As mensagens verbais (marca e botões) e não verbais (personagem Ashley) são dispostas simetricamente colocando o conteúdo e as formas em hierarquias equivalentes. A personagem está levemente inclinada para frente e oferece o pão pizza pronto de forma sutil com a mão direita levemente espalmada para cima. Como reforço da atividade do jogo, a marca possui a adição verbo-visual através de dados pictóricos, como é o caso do “chapéu de cozinheiro” colocado na primeira letra do título do jogo (primeira tela da Figura 59). Importante frisar que a cozinha em mãos masculinas era considerada mais requintada pela tradição europeia ocidental moderna (SARTI, 2012) enquanto as mulheres eram

responsáveis pelo preparo do alimento para a família nas cozinhas no cotidiano residencial. O “chapéu de cozinheiro” tornou-se um artefato de marcação das masculinidades ligado à cozinha profissional, onde

Figura 58 – *Splash* e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Tattoo Passion 2. Disponível em: < <http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos/tattoo-passion-2>>. Acesso em 12/09/2014.



sua altura e alvura indicam as categorias da profissão de *chef* por níveis de hierarquia e hoje utilizado como EPI⁶⁵. Os tipos utilizados possuem pouca ornamentação, traços retos, à exceção da deformação simétrica das letras “A” e “S” da primeira palavra da marca, mas com a função de valorizar a identificação verbal da protagonista. A valorização se dá pelo exagero da deformação de todo o corpo das duas letras em relação a um tamanho constante das letras internas, pois todas as letras da marca são postas em caixa alta (maiúsculas). Apenas um tipo de fonte é utilizado para os textos de introdução, de condução das ações a serem realizadas e dos botões. Os dois primeiros são colocados sob ilustrações (fatias de pães) para envolver fortemente as crianças na temática do jogo. Seguindo as formas destas ilustrações, as fontes possuem o estilo arredondado para os vértices, ápices e arestas. Na parte inferior da tela, a barra de *score* tem o mesmo tratamento tipográfico para os caracteres alfabéticos e numéricos utilizados para a pontuação, de acordo com a habilidade de cada criança. Interessante observar que este jogo realiza um modo de pontuação diferenciado de outros jogos, ao utilizar um tempo limitado de forma decrescente e só premia a menina jogadora se a tarefa for realizada nessa marcação temporal (segunda tela da Figura 59). A cada tentativa de elaborar o pão pizza, os ingredientes mudam de lugar; alguns que na primeira tentativa estavam facilmente a mão acima da bancada, em outra tentativa se escondem por detrás de eletrodomésticos ou são movidos para dentro do armário, na parte superior do cenário. O nível de desafio do jogo é semelhante aos níveis de habilidades encontrados nos jogos que não há marcação para as meninas.

O texto introdutório do jogo Little Baby Care é colocado pelo Clickjogos na parte superior da tela em que a mãe sai de cena e desafia a menina jogadora quando narra que “A mamãe precisa passar um tempo fora de casa! Hora de bancar a babá e cuidar da linda bebê, com muito carinho”. O cuidado e o carinho tornam-se o desafio da jogabilidade. Inicialmente a criança deverá escolher o bebê que deseja cuidar, objeto de desafio (Figura 60). Ao fazer isto, corações em cor-de-rosa flutuam sobre o rosto do bebê subentendendo uma confirmação positiva em

⁶⁵ Pela Norma Regulamentadora - NR, o EPI - Equipamento de Proteção Individual é todo dispositivo ou produto de uso individual utilizado pelo trabalhador que se destina à proteção de riscos suscetíveis de ameaçar a segurança e a saúde no trabalho (ASSUNÇÃO, 2008).

Figura 59 – *Splash* e sequência de telas com os tipos utilizados Ashley's Kitchen Skill. Disponível em: <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/ashleys-kitchen-skill>>. Acesso em 14/09/2014.



Figura 60 – *Splash* e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Little Baby Care. Disponível em: < <http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos/little-baby-care>>. Acesso em 15/09/2014.



relação à escolha da criança jogadora. Os quatro bebês possuem a mesma constituição corporal básica, como tamanho, formas e proporções faciais e são diferenciados pela raça e sexo, quando disponibiliza nas alternativas uma menina negra e outra branca e duas meninas e dois meninos. A distinção é destinada às meninas, que possuem elementos que marcam as feminilidades como penteados de cabelo e a cor rosa em cabelos mais longos.

Há pouca interação com a tipografia durante as escolhas do personagem e as ações do jogo. Essas ações são guiadas por setas que orientam a criança jogadora em quais locais da tela deverá acionar para que a atividade seja realizada, sempre em visão de primeira pessoa. A interação mais forte da tipografia está na tela *splash* com um logotipo que ostenta exageros de matizes primários e que remetem imediatamente à primeira infância. O bebê é colocado sob uma cama de solteiro em um quarto com decoração infantil, mas com artefatos de uso adulto, como o tapete e as sandálias colocadas à direita da cama. Isto sugere que a criança não só tomou para si a responsabilidade de cuidar de um bebê como foi transferida para o ambiente da mãe do bebê. A cor rosa tem grande domínio da cena, mas junto a ela os múltiplos matizes primários ganham forma através das fontes utilizadas no logotipo. Lado a lado, novamente em display, as fontes se dispõem como brinquedos e narram o desafio do jogo traduzindo-o para a forma lúdica. Fontes arredondadas, coloridas, curvilíneas, volumosas e iluminadas endentam as ações variadas que a jogabilidade exige da criança, como cuidados com a higiene e com a aparência, assim como atenção aos cuidados emocionais do bebê. Um dos desafios é o da troca de fraldas e envolve menos o teste de habilidade da ação e mais o adestramento da prática da troca, mostrando à criança todos os procedimentos que envolvem essa tarefa. Durante a troca de fraldas o bebê surge despido e utiliza um tapa-sexo em forma de flor de lótus na cor rosa (Figura 61). A escolha do tapa sexo como uma flor e o tipo da flor (Flor de Lotus) não é um dado colocado no jogo ao acaso. Toca em questões que são consideradas tabus para a infância e, para solucionar este impasse de ordem social relacionado à sexualidade, o tapa-sexo deflagra figuras visuais de **Supressão** e **Substituição** para que o jogo persuasivo de gênero aconteça. A figura da **Elipse** se encarrega da ocultação de parte do corpo da criança e acarreta a **Dubitação** quando, por tabu, a flor rosa suprime o sexo do bebê. A genitália fica em suspensão quando é substituída pela flor, tomando de empréstimo a **Alusão** que remete à ideia de uma “vitória da pureza” concebida na cultura hindu. A **Perífrase** é realizada pela permuta visual do sexo da criança pela flor de lótus que, ao ocultá-

lo, suscita a curiosidade ou a dúvida em relação ao sexo biológico do bebê.

Figura 61 – Tela *ingame* do jogo Little Baby Care no desafio da troca de fraldas de bebês. Disponível em: < <http://www.jogosdemeninas.com.br/jogos/little-baby-care>>. Acesso em 15/09/2014.



Jogos sem a prescrição para meninas também utilizam fontes display em suas marcas ou logotipos e nelas os tons de rosa são quase extintos ou não são predominantes. O jogo Sports Heads Football Championship 2014/2015 tem o texto inicial na página que declara que o jogo é realizado apenas por personagens masculinos e este é o universo de escolhas da criança.

A temporada 2014/2015 dos campeonatos europeus já começou! Escolha um dos times do país sensação do futebol, a Inglaterra e sua Premier League, com grandes astros como Diego Costa, Falcão Garcia, Mario Balotelli e outros craques.

A marca do jogo utiliza dois tipos a saber, um sem serifa e com arestas retas e outro tipo faz uso de serifa quadrada (Figura 62). O espaço entre as letras (*kerning*) nas palavras é menor e assim parecem agregar visualmente estes componentes verbais a uma mancha gráfica

mais compacta. O logotipo assume um posicionamento superior e central na página *splash* e todos os outros elementos de navegação e endentação visual do jogo estão abaixo dele.

Nas cenas *ingame* o uso tipográfico é o de tipos próprios para textos longos em meio digital: tipos sem serifa e com arestas em ângulo reto. Não há a presença de textos longos no jogo, mas a fonte se torna relevante em sua função quando há o acúmulo de textos em uma mesma área da tela, como é o caso dos resultados em forma de tabela (Figura 63). Esta técnica proporciona uma melhor organização “racional” da informação na tela.

As formas masculinas dos personagens são a primazia do jogo. O cenário por detrás deles é posto em último plano em relação aos personagens e ao conteúdo verbal. A hegemonia das formas masculinas é sugerida pela **Elipse**, quando faz a ocultação visual parcial de outros elementos essenciais à temática do jogo e focaliza as formas masculinas em primeiro plano em hierarquia visual e exclui a possibilidade de existência de formas femininas no tema de esportes e, principalmente no futebol. A figura de Anacoluto reforça disposição fantástica da forma (deformação) e dos poderes sobrenaturais dados aos personagens.

Por fim, o modo de instruções do jogo é diferenciado dos modos de instrução de jogos com prescrição para as meninas. Eles são discernidos dos cenários de atividades e não interferem diretamente na mecânica do jogo, pois uma tela extra é destinada a leitura das instruções das ações a serem realizadas pelas crianças. Esta também é uma característica marcante nos jogos sem prescrição de sexo analisados nesta pesquisa. Os jogos prescritos para meninas são marcados pela instrução visual das ações em que setas surgem flutuando nos cenários com a função de guiar as crianças pedagogicamente para as ações no jogo. Os jogos sem prescrição fazem mais o uso dos conteúdos verbais, mas de forma introdutória às atividades do jogo. Isto sugere a manutenção de naturalismos e essencialismos das práticas temáticas dos jogos para meninos, ficando implícito que a criança que escolhe este tipo de jogo já conhece todas as práticas sociais propostas em sua jogabilidade. Em outra instância e em muitos jogos, às meninas é dada

Figura 62 – *Splash* e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Sports Heads Football Championship 2014/15. Disponível em: <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/sports-heads-football-championship-20142015>>. Acesso em 15/09/2014.



Figura 63 – Tela com os tipos sem serifa utilizados no jogo Sports Heads Football Championship 2014/2015. Disponível em: <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/sports-heads-football-championship-20142015>>. Acesso em 15/09/2014.



uma constante orientação para o aprendizado e aperfeiçoamento das práticas destinadas a elas, independente da faixa etária que se interesse pelo jogo.

O jogo Pixel Quest – The Lost Idols oferece como possibilidade apenas um personagem que possui também características e marcações dentro de uma “masculinidade”. O personagem Rex, assim como os coadjuvantes, é construído pixel a pixel para assumir uma qualidade temática da narrativa que o jogo propõe. Rex é colocado como um super herói aventureiro e convida a criança a guiá-lo por labirintos, ao mesmo tempo em que deve ter habilidades para livrá-lo dos obstáculos que surgem repentinamente. Toda a narrativa é explicada nas primeiras telas do jogo em um diálogo entre Rex e o Professor Watts, que o desafia a resgatar a maior quantidade de ídolos que conseguir (Figura 64).

A tipografia utilizada na marca é pixelada⁶⁶ e, com esta característica visual, os tipos possuem traçados com hastes retilíneas,

⁶⁶ Um pixel ("picture element" ou "pel") é a menor unidade que constitui uma imagem digital e comumente assume a forma retangular ou quadrada. Eles constituem as imagens de forma matricial que, por analogia, pode ser comparada a um tabuleiro de xadrez. Então, o termo “pixelado” se torna uma referência às imagens que possuem baixa qualidade de resolução, uma

cantos com angulações retas e utiliza serifa quadrada como modo de ornamentação complementar à forma. Por outro lado, os textos do diálogo entre os personagens, das instruções, estatísticas e créditos do jogo possuem o mesmo traçado, mas dispensam as serifas. Este fato segue uma regra de design de estilos de tipos, que facilita a leitura da informação, como já mencionado. Fica claro, porém, que as características tipográficas seguem as características dos personagens e do cenário, que aludem às aventuras e espírito empreendedor, conceitos ligados *essencialmente* a uma determinada “masculinidade” idealizada, como o do “homem” moderno, aventureiro, inteligente, perspicaz e ágil. O elemento visual do pixel também remete a esta masculinidade através de afinidades mais estreitadas com as novas tecnologias. Estes preceitos causam assimetria de gênero por uma retórica Tautológica, que coloca a personagem, pautada visual e digitais por personagens masculinos não gera grandes entraves sociais, ao passo que a situação oposta pode ser entendida como condição de subtração moral em relação à personalidade e identificação de gênero dos meninos, haja vista a cultura hegemônica masculina e heterossexualizada que se estende aos jogos digitais. Como comentado no capítulo três desta pesquisa, pais, responsáveis e orientadores, em sua maioria, ajudam a confirmar estas prescrições de práticas e papéis destinados a cada sexo e repreendem verbalmente no masculino, como universalizado, onde as meninas que escolhem este jogo possam, de forma “naturalizada”, se sentir representadas por ele dentro do jogo. O jogo *Pixel Quest* é uma amostra de incontáveis jogos online infantis que utilizam apenas um personagem jogável constituído aos moldes de padrões e estereótipos masculinos. Assim, é possível então inferir que o fato de meninas serem representadas em jogos com veemência ou sutileza qualquer desvio de utilização de jogos considerados inadequados.

vez que são granuladas e pouco nítidas. Esta baixa qualidade pode ocorrer, por exemplo, em imagens pequenas que são redimensionadas para um tamanho maior. Desta forma as dimensões destas imagens mudam, mas a resolução permanece a mesma, o que causa um redimensionamento forçado dos pixels. Este embaraço causado pelo redimensionamento inapropriado da imagem se tornou efeito artístico e estilo de muitas imagens contemporâneas e também recebe o nome de efeito “pixelado”, pois confere à imagem a aparência visual de construção ponto a ponto e em dimensões exageradas.

Figura 64 – *Splash* e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo jogo Pixel Quest. Disponível em: <<http://www.clickjogos.com.br/jogos/pixel-quest-the-lost-idols>>. Acesso em 15/09/2014.



O jogo Dragon Ball – Perfect Hit está baseado também em um personagem único. Goku é um dos protetores dos Dragon Ball, mangá criado na década de 1980. O desafio é fortalecer o protagonista fazendo-o desferir golpes, no tempo certo, em placas de aço para atingir metas determinadas pelo jogo. Um cronômetro com grandes números amarelos alaranjados sob um círculo baliza entre 0 e 99 as unidades de tempo para a realização da ação (segunda tela da Figura 65). Quanto maior o número do cronômetro no momento do golpe, mais forte e perfeito será o desempenho do personagem. Assim, o objetivo direto do jogo é a pujança e o mérito através do uso do corpo do personagem. A marca Dragon Ball aparece na parte superior central da *splash* e, logo abaixo, o subtítulo da marca. Juntos coroam o cenário que mostra o personagem em close e o tatame em segundo plano. A tipografia utilizada nos botões mantém as mesmas propriedades gráficas de traços das colocadas na marca, mas ganham recursos gráficos extras que condizem com os conceitos temáticos do jogo: as fendas, que remetem aos estilhaços, antecipam o resultado das ações do jogo. Os cabelos, os tipos presentes na marca, as roupas do personagem Goku e as onomatopéias resultantes de seus golpes ganham uma unidade visual, não só pelos matizes amarelados que simulam visualmente o ouro e remetem à perfeição da amplitude dos golpes, mas pelas formas das extremidades pontiagudas que somente têm sua presença visual amenizada pelas formas arredondadas dos botões da tela *splash* e que se ausentam nas telas subsequentes. Novamente fica evidente que as formas visuais tipográficas ajudam na construção dos conceitos propostos pela temática do jogo e sugerem usos específicos de gênero quando auxiliam na interligação de propriedades visuais de seus coadjuvantes gráficos com os juízos essencialistas de força, vitalidade e energia como sendo próprios das masculinidades.

As fontes display são comuns a todos os jogos com a função de reforçar o caráter de entretenimento e diversão atrelado aos jogos infantis. Auxiliam na valorização do exórdio do jogo, de maneira visual e verbal, para atrair e manter jogadoras e jogadores no site. Com estas análises de amostras de jogos prescritos e não prescritos para meninas, verifica-se o reforço das formas tipográficas e a participação de suas disposições como elementos gráficos narrativos dentro dos jogos e como se relacionam fortemente às relações de gênero, impetrando relações **Alusivas** (pelas formas) e **Metafóricas** (pelos conteúdos) com a dicotomia sexual que está assentada na manutenção de uma cultura androcêntrica posta como única e hegemônica.

Figura 65 – *Splash* e sequência de telas com os tipos utilizados no jogo Dragon Ball Perfect Hit. Disponível em: < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/dragon-ball-perfect-hit>>. Acesso em 15/09/2014.



6 RETÓRICA VISUAL DE GÊNERO NOS JOGOS DE “COZINHAR” E “ADMINISTRAR”

"imaginação é a capacidade de codificar fenômenos de quatro dimensões em símbolos planos e decodificar as mensagens assim codificadas. Imaginação é a capacidade de fazer e decifrar imagens"

Vilém Flusser⁶⁷.

Os modos de estar no mundo e pensá-lo têm sido alterados também pelo surgimento e popularização dos jogos eletrônicos veiculados na Internet, de forma distinta daqueles que se conheciam antes do desenvolvimento dos processos digitais. Isto implica considerar os jogos online como artefatos tecnoculturais que se encontram envolvidos nas mais diversas áreas de conhecimento e práticas do cotidiano social, inclusive o entretenimento infantil. É dessa forma que Cláudio Lúcio Mendes entende os jogos eletrônicos como campo estratégico para a constituição de “sujeitos-jogadores”, por estarem não só envolvidos com as tecnologias, a mídia e o consumo, mas com os seres-humanos, desenvolvendo suas subjetivações em determinadas ordens de produção de sentidos ou, nas palavras do autor, como “modos de governo de sujeitos-jogadores” (MENDES, 2006, p. 17) tendo as noções de governo pautadas em Foucault (1997), como técnicas e procedimentos que podem dirigir as condutas destes sujeitos-jogadores. Estas noções de governo estão relacionadas aos estudos da biopolítica que sugerem uma lógica globalizada de políticas, que se estendem no controle sobre a vida biológica humana, utilizando como instrumento o próprio conhecimento humano, como mecanismos, técnicas e tecnologias de poder, para moldar as condições de contingências para determinadas maneiras de pensar e agir (COLLIER, 2011).

Em acordo com os estudos de Mendes (2006) e na observação das relações de gênero baseadas nas diferenças compreendidas entre os sexos percebidos e constituídas dentro das relações de poder (Scott, 1990), coloco aqui os jogos online como *corpus* de análise na averiguação dos modos de saber do design gráfico, principalmente das formas, dos cromatismos, da tipografia e da retórica visual, através das

⁶⁷ FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta. São Paulo: Hucitec, 1985, p. 7.

figuras de linguagem como elementos compositivos dos jogos online nas estratégias de persuasão de saberes.

Para a realização das análises, dois dos nove temas foram escolhidos por representarem a maioria dos jogos para meninas. Os temas são os de “Cozinhar” e “Administrar”, coletados na análise quantitativa descrita no segundo capítulo desta pesquisa. Estes temas foram eleitos por possuírem a maioria dos jogos online em suas classificações, prescritos como jogos de meninas. Para o entendimento mais geral das retóricas visuais utilizadas nestes jogos, foram escolhidos dois jogos de cada tema, um destinado para meninas e outro considerado aqui como universal no Portal. Isto posto, para a análise dos jogos de “Cozinhar” foram escolhidos os jogos Papa’s Burgeria, como representante dos jogos universalizados pelo ClickJogos e o Burger Cooking Academy, classificado como jogo de menina; para o tema “Administrar” os jogos Garage Rush, prescrito para meninas e Goodgame Café, sem indicação.

6.1 PERSUASÃO DE GÊNERO NOS JOGOS CULINÁRIOS DO CLICKJOGOS

Neste tópico, dois “jogos de cozinhar” são analisados visualmente utilizando os parâmetros retóricos persuasivos sob a ótica da generificação dos personagens e elementos gráficos coadjuvantes. O primeiro jogo a ser analisado retoricamente sob a ótica do gênero é classificado pelo ClickJogos como um “jogo de cozinhar” e como sendo “Livre para todos os públicos”. O segundo jogo é classificado como um jogo de cozinhar “para meninas”.

6.1.1 O tema “Cozinhar” como universal

O Papa’s Burgeria⁶⁸ possui ações repetitivas de montagem de sanduíches de acordo com os pedidos de personagens não jogáveis que são identificados como clientes da Lanchonete. O jogo é anunciado pelo site com o exórdio textual que relata:

⁶⁸ <http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Papas-Burgeria/> da série de jogos Papa Louie Arcade da empresa criadora de jogos Fliplini Studios.

O dono da Papa's Pizzeria está de volta para fazer ainda mais sucesso, desta vez na linha de restaurantes fast-food. Sirva sanduíches para todos os clientes rapidamente, anotando os pedidos passando por todas as fases de criação do mesmo. (CLICKJOGOS, 2014)

Antes da tela *splash* do jogo, surge uma tela inicial de acesso para outros jogos da série Papa Louie Arcade, ao qual o Papa's Burgeria pertence (Figura 66). Ainda nessa tela, há conexões para o acesso a alguns sistemas para possibilitar a execução dos jogos da referida série em plataformas compatíveis como a telefonia móvel ou leitores de e-book. A versão do Papa's Burgeria é iniciada ao ativar o botão em cor verde com a informação verbal “continue”.

Figura 66 – Tela inicial geral de acesso para outros jogos da série Papa Louie Arcade. Disponível em <http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Papas-Burgeria/>. Acesso em 08/10/2014.



Nas duas próximas telas são visualizadas as marca da série do jogo, Papa Louie Arcade! e da empresa fabricante, a Flipline Studios (Figura 67). A criança pode jogar apenas com um dos personagens de

cada vez e antes de iniciar o jogo deverá, nesta ordem, acionar o botão de “play” (Figura 68), escolher um dos três *slots* disponíveis (Figura 69), colocar um nome que a identifique no jogo (Figura 70) e escolher um dos três personagens oferecidos (Figura 71).

Figura 67 – Sequência de telas iniciais promocionais das marcas da série de jogos Papa Louie Arcade e do seu desenvolvedor.



Figura 68 – Tela de acionamento do jogo Papa's Burgeria.



Figura 69 – Tela de seleção do *slot* para continuação do jogo Papa's Burgeria.



Figura 70 – Tela de inclusão de identificação da criança para continuação do jogo Papa's Burgeria.



Figura 71 – Tela de seleção de personagem para o jogo Papa's Burgeria.



Na tela de seleção de personagens, dois personagens (Marty e Rita) são indicados como principais (*choose your character*). A representação da esquerda possui indicações de características visuais e verbais pautadas em normativas masculinas; a segunda imagem possui indicações “excedentes” visuais para que haja uma sinalização de corpo feminino, onde apresenta seios proeminentes, cabelos mais longos e cintura mais definida. A terceira alternativa de personagem aparece como “personagem bônus” e possui indicações visuais de um protagonista masculino adulto com indumentária diferenciada das demais alternativas de escolha de personagem (Figura 71). Ademais, ele é o personagem que compõe a marca promocional da série (Figura 67) e representa a centralidade dinâmica da narrativa e jogabilidade. A retórica visual se apresenta nessas telas reforçando a diferença pautada na assimetria de gênero e como aparato regulador da generificação, quando utiliza a **Repetição** da forma pela reprodução do mesmo desenho corporal básico nos três personagens e faz a marcação desta repetição visual para colocar os corpos dos personagens masculinos como hegemônicos e genéricos, ocorrendo preponderância de atributos diferenciais para o discernimento da forma de representação feminina.

Dito de outra maneira, entendo que a repetição das formas corporais em conjunção com o oferecimento de uma maioria masculina de personagens, torna esta forma básica como pertencente ao modelo masculino. As cabeças e pés possuem proporções e tamanhos idênticos nos três personagens, assim como o desenho do tronco e membros que são longilíneos e esguios. A diferença relevante está no corpo da personagem confirmada verbal e visualmente como feminina, o que comprova que o corpo com curvas é utilizado para diferenciar a personagem, das demais representações, como uma figura feminina.

Pela **Repetição** e **Comparação** das formas visuais básicas há um reforço da assimetria de gênero no tocante à promoção de uma identidade diferenciada da personagem feminina e por estar em menor número no grupo de alternativas. O mesmo reforço é encontrado através da figura retórica de **Repetição** que é colocada nas representações de NPCs que agem como clientes da Burgueria (Figura 72). A **Repetição** dos cromatismos está na ocorrência dos tons de rosa e lilás presente nas personagens com configurações iterativas, assim como acontece no espelhamento de outros símbolos marcadores e definidores de feminilidade, como laços no cabelo, maquiagem, cabelos presos ou com delicadas flores.

Figura 72 – Telas iniciais promocionais das marcas da série de jogos Papa Louie Arcade e do desenvolvedor.



Ao oferecer três alternativas de personagens com a forma básica corporal predicada ao masculino, há nessas mensagens oferecimentos de um mesmo elemento visual básico, mas “produtos” generificados, onde esta diferença está baseada na relação binária entre homens masculinos e mulheres femininas. Dessa forma, a **Rima** ocorre quando o personagem é tratado visualmente como um “cabide”, um modelo único visual, com desenho de membros, tronco e cabeça semelhantes e os marcadores de gênero se fazem presentes com a função principal de diferenciar as mulheres dos homens no grupo de personagens (SARKEESIAN, 2013). Junto à **Rima**, a figura retórica de **Comparação** está presente pela variedade dos marcadores de gênero para meninas de forma a compelir a criança jogadora a escolher um dos personagens de forma limitada a apenas três personagens e induz a processos de redução desses personagens a meras “peças” ou “objetos”, produtos de uma preferência induzida. A prevalência representativa masculina de personagens coloca os meninos como sujeitos centrais e mais ativos nas ações do jogo com relação às possibilidades postas às meninas e sugere um grau de passividade para elas, pois a forma corporal básica dos personagens colocada pela supremacia quantitativa como masculina se repete nos desenhos dos NPCs que surgem como clientes da lanchonete. Há então, em meio a figuras de adjunção, a **Dubitação**, que pela supressão de elementos visuais, expõe a oposição entre as formas visuais e conteúdo de cada um dos três personagens oferecidos, pois provoca a hesitação na escolha entre personagens que reproduzem o modelo dicotômico sexual para realizar uma jogabilidade única. Dito de outra maneira, a Dubitação da escolha do personagem evoca um suspense baseado na ideia de que a escolha do personagem pode alterar o resultado final do jogo, como pontuação final ou recompensas, pois não fica evidente se as habilidades entre os personagens se diferem, assim como suas diferenças visuais.

A confirmação de que a personagem ao centro é “feminina” é uma marcação velada através do conteúdo verbal quando os desenvolvedores lhe dão o nome de “Rita”. Assim, a **Antítese** se encarrega de marcar definitivamente a oposição binária sexual entre eles e contribui para um jogo retórico de gênero que corrobora definitivamente para a minimização de qualquer dúvida quanto ao sexo da personagem, mas acumula dúvidas acerca de suas capacidades. O **Emparelhamento** ocorre pela presença da **Repetição** e da **Rima**, que determinam uma generalização das formas visuais básicas dos personagens pautadas em um modelo imaginário masculino, e perfaz as vias da sugestão e fortalecimento da ideia de possíveis oposições entre os femininos e os masculinos. Segundo Sarkeesian (2013) essas

marcações visuais de gênero, chamadas por ela de “significantes de gênero” são escolhas estilísticas que partem de um vocabulário visual da nossa cultura para transmitir a generificação das formas para espectadoras e espectadores. Essas marcações ocorrem também para personagens masculinos, porém quase nunca com a função de diferenciá-los em um grupo predominantemente feminino. Justamente pela manutenção da certeza de escolhas limitadas em modelos baseados em um tipo de “feminino” e de “masculino” entre os personagens, não há provocações através de **Paradoxos** no conteúdo textual ou qualquer duplo sentido por meio da figura de **Antanáclase** nas formas ou cromatismo dos personagens, pois esta figura se dá pela capacidade da imagem conter duplo sentido. Entendo que isto ocorre pela predominância de figuras retóricas de **Adjunção** que, por adição de elementos, prescrevem, direcionam e reforçam construções prévias de gênero como, por exemplo, a saia como um elemento marcador para meninas e bustos mais volumosos para mulheres ou gravatas e bigodes para meninos e homens, assim como podem anular forças alternativas visuais de identificação do sexo da imagem personificada no jogo e assim reafirmam a dominação masculina e heterossexual compulsória. A propósito, as figuras retóricas visuais da **Antanáclase** e do **Paradoxo** são figuras que podem auxiliar a minimizar o agenciamento rígido entre femininos e masculinos nos jogos. Elas são capazes de tal feito quando fornecem possibilidades na constituição visual de personagens, como em jogos onde personagens são construídos pela própria jogadora ou jogador e ali estão em aberto as opções por onde podem fazer escolhas de raça, etnia, gênero, sexualidade e forma e formato corporal.

No *ingame* há três cenários de ação onde se desenrola a narrativa do jogo. O primeiro é a “Estação de Pedidos” (*Order Station*) que são feitos no balcão; o segundo e terceiro ambientes dividem as ações realizadas na cozinha e são denominadas “Estação de Grelhados” (*Grill Station*), onde a carne é preparada, e a “Estação de Montagem” (*Build Station*) (Figuras 73 e 74). Nestes dois últimos ambientes a criança joga em modo de visualização em primeira pessoa, o que significa que independente do personagem escolhido, ele será suprimido visualmente nestes ambientes em que acontecem as ações de “cozinhar”. Nas estações de grelhados e de montagem dos sanduíches solicitados pelos clientes da Burgeria, a criança deve clicar em um ingrediente por vez e arrastá-lo até o local em que ele deve ser grelhado ou montado. O tutorial só aparece a primeira vez, nas vezes seguintes a velocidade e capricho com que o sanduíche será montado depende da destreza da criança com o *mouse* sobre a tela. Este tipo de técnica de interação está

pautada nos reflexos da criança, portanto o Papa's Burgeria é objetivamente um jogo de reflexo.

Figura 73 – Tela da “Estação de Grelhados” (*Grill Station*), onde a carne é preparada no jogo Papa's Burgeria.



Figura 74 – Tela da “Estação de Montagem” (*Build Station*), onde o sanduiche é montado, no jogo Papa's Burgeria.

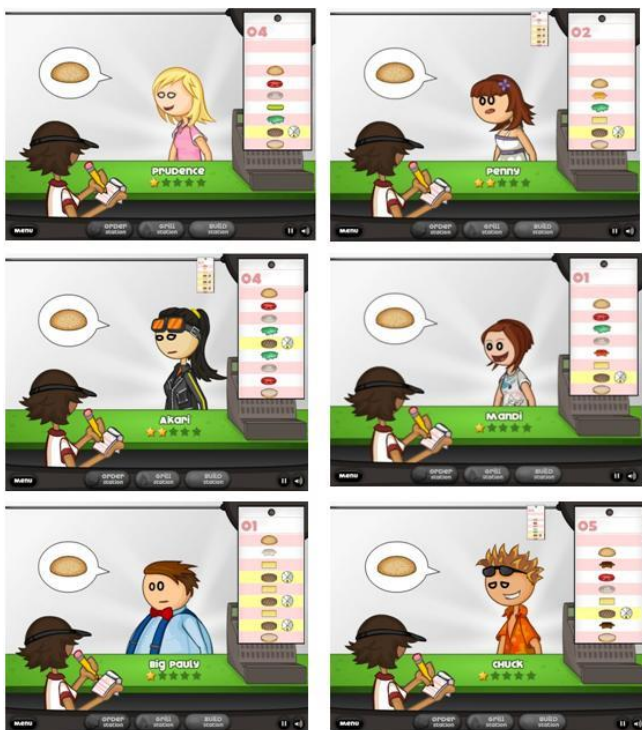


A ordem de montagem de cada sanduíche depende do pedido e das características de cada NPC. É desta forma que ocorre a figura retórica de **Circunlocução**: os onze ingredientes possíveis, que são postas em porções que podem ser repetidas, são suprimidos para as personagens com exageradas marcações femininas. De forma oposta, as personagens com marcadores de gênero menos expressivos ou menos exagerados, fazem pedidos com mais porções, porém estas personagens trazem outros tipos de significantes compensatórios como, por exemplo, a NPC Akari (Figura 75) que traz como atributo a indumentária de esportista. Para a maioria das personagens femininas, as quantidades de porções de alimento colocadas são menores em comparação aos pedidos dos personagens masculinos e há a preferência por porções mais saudáveis. Os pedidos dos personagens obesos sempre premiam apenas ingredientes processados. A **Circunlocução** ocorre então pela supressão das porções dos ingredientes para as meninas ou de porções menos saudáveis para meninos obesos, e desta forma permanecem diretamente vinculadas à condição corporal de cada personagem através da similaridade da forma.

É importante frisar que o sobrepeso é ausente nas personagens femininas. Na apresentação de personagens obesos há uma supressão de alimentos saudáveis através da **Elipse**, que oculta determinados elementos para mostrar seus efeitos ou importância, assim como ocorre a figura retórica de **Repetição** excessiva de alimentos processados para justificar sua forma corpulenta. O que ocorre nessa situação é a marcação de um modelo masculino atrelada à função de condicionamento corporal acentuado, que é utilizado como exemplo a ser execrado. É válido ponderar aqui que não há problema em mostrar a diferença entre alimentos saudáveis e prejudiciais, porém a relação de falsa homologia, através da operação de **Troca**, prescreve a ideia de duplo sentido, tornando esses elementos contraditórios, que em determinadas composições alimentares engordam, mas que aliados a ingredientes saudáveis agem de forma oposta. Assim, através da figura de **Antimetábole**, prescreve uma indicação corporal, pautada na estética da magreza, para as meninas e transfere uma normalização, com base na obesidade, para os meninos, quando a obesidade somente aparece entre os meninos. Desta forma, há imagens de elementos que se tornam contraditórios pelo envolvimento da relação de gênero. A incoerência está em oferecer uma relação de alimentos mais saudáveis principalmente para as meninas e assim orientá-las a corpos magros, pois não há meninas obesas no jogo. Dentre os meninos há a presença da obesidade, dando a entender esta condição como tolerável entre eles. É

desta forma que entendo que neste caso há uma ligação de determinadas condições corporais ligadas culturalmente ao feminino ou ao masculino.

Figura 75 – Sequência de telas do jogo *Papa's Burgeria* com exemplos de personagens não jogáveis que determinam parte da jogabilidade.



Pela utilização da **Hipérbole**, há exageros dos significantes de gênero femininos provocando uma diferença exacerbada para tentar super valorizar a identidade da imagem da personagem como “feminina”. É através da utilização das formas visuais marcadas que identificam o “ser mulher”, como se apenas o uso desses marcadores as fizessem “mulher”. Quanto ao personagem obeso, Big Pouty (Figura 75 e 76), acontece uma **Inversão** pela troca da forma dos corpos esguios e semelhantes da maioria dos personagens pela forma circular e exagerado de todo o corpo, fazendo uma marcação também **Hiperbólica** do personagem. Nesse caso, o **Anacoluto** realiza a marcação visual que está sutilmente ligada ao gênero, e principalmente ao prejulgamento

social, através do uso exagerado e surreal da forma relacionada às escolhas alimentares: tronco, braços e pernas quase se confundem ou desaparecerem em meio ao conjunto da forma circular corporal do personagem.

Figura 76 – Personagem Big Pouty do jogo Papa's Burgeria.



As análises de alguns elementos tipográficos e cromáticos mais importantes utilizados no jogo Papa's Burgeria serão realizadas em conjunto com o jogo Burger Cooking Academy, no próximo tópico. Acredito que assim as diferenças e similaridades destes elementos nestes jogos tornam-se mais evidentes.

6.1.2 O tema “Cozinhar” para meninas

Jogos de cozinhar indicados para as meninas apresentam jogabilidade e modos de jogo diferenciados de jogos de cozinhar que não fazem esta mesma prescrição (chamados nesta pesquisa de “universais”). Jogos online com classificação livre para todas as idades pelo ClickJogos, como o Burger Cooking Academy (Figura 77), da

G9Y9.com⁶⁹, possuem narratividades e jogabilidade mais limitadas e mais simplistas.

Figura 77 - Tela *splash* do jogo Burger Cooking Academy.



O jogo Burger Cooking Academy, assim como o Papa's Burgeria, tem o objetivo de montar sanduíches. No topo da página o jogo é introduzido com o exórdio textual “Use todas as técnicas da academia do hambúrguer para preparar deliciosos lanches! Use ingredientes fresquinhos e siga as instruções para preparar a refeição” (CLICKJOGOS, 2014). A montagem do alimento é realizada apenas ao final do jogo, pois a carne para o recheio do sanduíche é preparada minuciosamente com variados ingredientes e com auxílio de utensílios culinários. Em cenário único, a carne do hambúrguer é preparada em visualização de cena em primeira pessoa e, assim, a personagem torna-se a criança jogadora. A cozinha é composta de uma estante grande ao fundo com prateleiras douradas e com paredes em tons de rosa, que se repetem para simular ladrilhos azulejados. Na estante são distribuídos os ingredientes e quase todos os utensílios que serão utilizados para preparar a carne do sanduíche (Figura 78). A mesa, em tons de cor lilás,

⁶⁹ Empresa desenvolvedora de jogos online gratuitos. Disponível em <http://www.g9y9.com>. acesso em 10 out. 2014.

fica em primeiro plano como extensão da estante. Todo o cenário sugere uma “cozinha dos sonhos de qualquer menina” em reproduzir aquela outra realidade em que os afazeres domésticos ainda são rotinas de donas de casa.

Todo o processo de preparo do alimento, que é uma das porções do sanduíche a ser montado, é monitorado pela indicação dos passos a serem seguidos pela criança jogadora através de dois indicadores: uma sinalização localizada na parte superior direita com instruções icônicas e textuais da ação e uma seta de cor azul que, de forma insistente, guia visualmente todas as ações do jogo. Ao final do preparo da carne em um recipiente metalizado surge, repentinamente, um fogão acima da mesa, onde será finalizado o preparo do alimento. Novamente de forma repentina surgem outros ingredientes para a montagem do hambúrguer, além da carne que foi preparada. Uma vez montado, o jogo é finalizado e a criança jogadora é convidada a refazer todo o processo. Não há recompensas em forma de pontuação, ou avaliação de satisfação da ação realizada ou recompensa monetária, como ocorre no Papa's Burgeria. A justificativa para isto é colocada por outra figura retórica ainda no exórdio verbo-visual do jogo. A marca conduz à figura retórica de **Comparação** quando faz uma analogia entre os processos de cozimento e uma academia, na acepção de um lugar de experimentações por excelência e com referência generalizada a um sistema educacional.

A ausência de um personagem jogável principal lança a criança jogadora como protagonista no jogo pela figura retórica da **Elipse**, onde é mostrada a importância dos comandos da criança justamente pela ausência de uma forma humana. A **Elipse** torna-se, desta forma, um fator determinante para que o sistema cromático tenha uma maior relevância e para que haja fortemente como um marcador de gênero. O cromatismo dá continuidade à retórica visual do jogo quando faz a replicação de uma tricromia que predomina no cenário: os tons de rosa, os tons de lilás e os tons dourados. A **Repetição** cromática persuade a criança jogadora de que se trata de um ambiente marcadamente diferenciado, cuidadosamente organizado e asséptico, para uma manipulação maior dos alimentos. Essa manipulação de ingredientes é feita pela **Acumulação** quantitativa. É esta figura retórica que é utilizada quando, em apenas um cenário, são mostrados personagens jogáveis e não humanos de formas variadas, como ingredientes e utensílios, todos comuns em cozinhas domésticas, onde a presença das mulheres é normalizada culturalmente.

Figura 78 – Tela *ingame* de preparação da carne para posterior montagem do sanduíche do jogo Burger Cooking Academy. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/burger-cooking-academy/>> Acesso em: 22/09/2014.



O espaço limitado apenas à cozinha é determinado pelo cenário como uma constante durante todo o jogo. Geometricamente organizada pela simetria, a estante exibe apenas os elementos culinários que serão utilizados no jogo. O ambiente traz a acepção de praticidade e limpeza, o que é evidenciado nos utensílios com brilho como, por exemplo, o recipiente em que os elementos são misturados ou o armário com suas superfícies perfeitamente polidas e brilhantes. A ideia é a de valorização do ambiente e, em conjunto com o sistema cromático utilizado na cozinha, induzem uma concepção de ambiente alçada em modelos rígidos como se fossem próprios apenas dos interesses femininos limitados. A figura de **Hipérbole** ocorre então pelos usos destes brilhos, da iluminação colocada nos artefatos em geral e de altas saturações das cores vermelha (ocasionando os tons de rosa) e laranja (ocasionando as simulações de dourados) utilizadas no cenário, que remetem a ideias de empreendimento e negociação pelas concepções de celebração, diversão e criatividade dadas como condicionantes identitárias femininas. A **Alusão** corrobora com a relação das variantes cromáticas prescritas para meninas quando a primeira figura associa, de forma mental e pela semelhança, as cores a uma das partes da relação binária pautada no

sexo biológico. A figura retórica de Anacoluto percorre as ações de preparo do alimento em que, apenas com um clique no elemento gráfico indicado, os ingredientes e utensílios se movimentam, executando sozinhos e de forma fantástica o preparo do alimento (Figura 79). Estas movimentações fantásticas dos ingredientes na tela pouco valorizam ou desenvolvem de forma limitada a agilidade das crianças. Podem levar à crença de que cozinhar é uma atividade descomplicada, descompromissada, prazerosa, divertida e mágica quando, diferente do jogo Papa's Burger, que trabalha técnicas de interação que envolvem o reflexo da criança jogadora, as técnicas de interação postas pelo *game designer* prevalece para um jogo de reflexão com uma visão frontal e mais impessoal das ações a serem realizadas. Agregada ao cromatismo, a figura de **Anacoluto** direciona essas atividades aos *encantos* femininos pela oposição à realidade da atividade.

Figura 79 - A figura retórica de Anacoluto presente na tela *ingame* do jogo Burger Cooking Academy. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/burger-cooking-academy/> > Acesso em: 22/09/2014.



O conjunto e disposição do mobiliário da cozinha e dos utensílios sugerem uma defesa da premissa ao “direito” a um ambiente moderno para preparar os alimentos, onde fogões elétricos, ainda a gás, e que

cozinham os alimentos com mais rapidez e o seu mais novo precedente tecnológico, o micro-ondas, que cozinha “sozinho” após poucos toques de comandos.

Com o mesmo mote narrativo generificado dos utensílios culinários, as setas utilizadas como instrumentos visuais de navegação do jogo para auxiliar nos procedimentos culinários, que são desafios nos “jogos de cozinhar”, fazem conotação a uma substituição aos manuais de culinária que, segundo Carvalho (2008), estes últimos são passíveis de possuir uma “taxonomia semântica”. O termo, criado pelo antropólogo Daniel Biebuyck e assinalado por Katherine Grier, se refere a articulação das faculdades sensoriais humanas com as qualidades materiais dos artefatos nas reformas das sensibilidades e é mencionado e adotado pela autora. Em conjunto com outros manuais, como os de etiqueta e pelos seus atributos semânticos, evidenciam organizações domésticas quando são capazes de

mapear a distribuição do mobiliário pelos cômodos, seus objetos de decoração, de limpeza, utensílios de cozinha, mantimentos, roupas de cama e mesa, objetos de tocador, de escritório etc. Para além das informações de natureza instrumentalizante e técnica que os manuais oferecem, neles encontramos identificados e articulados os valores associados aos ambientes da casa, aos arranjos e a determinados objetos e rotinas de trabalho, o que nos permite mapear grupos de práticas, atributos físicos e sentidos (CARVALHO, 2008, p. 30).

Através destes arranjos de práticas atributos e sentidos pode-se chegar a determinação de conceitos e significados como o da beleza, higiene e limpeza, conforto, etc.

As oposições das formas por identificação surgem na aplicação tipográfica da apresentação de cada jogo no exórdio visual dos jogos

(telas *splash*). O jogo Papa's Burgeria apresenta em sua marca⁷⁰ uma composição tipográfica (Figura 80) cujo peso visual é corroborado pelo desenho de cantos retos e sem elementos decorativos e cores escuras e pouco vibrantes. A cor vermelha utilizada remete à emoção, energia, força, vitalidade e, segundo Wills (1997), fisicamente, o vermelho pode aumentar os batimentos cardíacos, provoca liberação de adrenalina e provoca calor. Na área gastronômica, o vermelho é muito utilizado por ser uma cor “quente” e pela crença de que o vermelho proporciona euforia, desejo e excitabilidade no observador, o que provoca inclinações a maiores estímulos ao consumo alimentar. A marca do jogo Papa's Burgeria utiliza em sua composição duas intensidades da cor vermelha pura no espaço tipográfico, uma maior saturação do vermelho para os detalhes da ilustração icônica do sanduíche que é definido visualmente pela predominância da cor branca, que tem a função de oferecer o contraste entre fundo escuro da tela e o logotipo. Assim, as tonalidades do vermelho possuem pouca iluminação e ausência de brilhos.

Figura 80 A figura retórica de Anacoluto presente na tela *ingame* do jogo Burger Cooking Academy. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/burger-cooking-academy/>> Acesso em: 22/09/2014.



⁷⁰ Segundo Levitt, 1980 e Keller, 2003, a marca é um nome ou símbolo distintivo, ou ambos, para identificar bens ou serviços. Ela é composta de elementos gráficos como o logotipo, desenhos, cores e ilustrações.

Por outro lado, o jogo Burger Cooking Academy apresenta um logotipo⁷¹ (Figura 81) que é colocado na tela *splash* do jogo em primeiro plano hierárquico em relação ao ambiente de uma cozinha ao fundo e onde todas as ações do jogo serão realizadas.

Figura 81 – Logotipo do jogo Burger Cooking Academy e sequência da paleta de cores utilizada na forma e contraforma tipográfica.



Desta vez, o tratamento da forma tipográfica é mais elaborado, com desenho de estilo mais delgado e serifas quadradas contrastando com terminações arredondadas (como o caractere “c”) e descendentes⁷² mais curvas e alongadas (como os caracteres “g” e “y”). O desenho dos caracteres possui maior contraforma e cores semelhantes às utilizadas em parte do cenário de fundo, o que sugere uma hierarquia menor do logotipo em relação ao cenário, denotando pouco contraste entre esses elementos. As cores utilizadas são mais saturadas, mais brilhosas e assim o são por haver em sua composição o hibridismo das matizes vermelho e amarelo, cores consideradas no ocidente cores quentes, estimulantes e que remetem à vitalidade. No caso do jogo Burger Cooking Academy, o amarelo menos saturado é colocado com a função de simular o dourado, remetendo a outros conceitos como a riqueza, a suntuosidade e alegria. Farina (1990) relata que a cor pode produzir

⁷¹ Botton e Cegarra (1990) definem logotipo como a representação visual do nome dado a uma marca.

⁷² De acordo com os parâmetros anatômicos tipográficos para a melhor legibilidade de títulos e pequenos ou grandes textos, os caracteres “g, j, p, q, y” possuem hastes descendentes e os “b, d, f, h, l e t” possuem hastes ascendentes. As ascendentes e descendentes ocorrem apenas nos caracteres em caixa-baixa (minúsculas) e são preferidas sempre que os textos verbais necessitam de maior fluência e rapidez na leitura, pois elas destacam e facilitam a identificação da imagem da palavra (DUL & WEERDMEESTER, 1995).

sensações de movimento, expansão e reflexão, assim como pode oferecer sensações estáticas. Por conseguinte “em uma composição cromática, as cores podem ter seus valores alterados em função da presença de outras no mesmo espaço físico” (FARINA, 1990, p. 91). As cores e as formas tipográficas reservam jogos retóricos que estão relacionados às combinações e misturas de cores, assim como suas saturações e brilhos, que são apresentadas em cada situação em jogos que são prescritos para meninas e jogos sem esta prescrição. A figura retórica de **Circunlocução** é apresentada na composição fazendo a condução da ocultação da cor vermelha, pela adição em maior extensão do amarelo mais saturado, no intento de elaborar uma terceira cor, próxima ao dourado, para iniciar uma relação de similaridade com conceitos diferenciados de valorização simbólica das ações do jogo. Enquanto a marca do jogo Papa’s Burgeria é elaborada com apenas graus de saturação do matiz vermelho em tons monocromáticos e leva as crianças jogadoras a resultados empreendedores em que a agilidade é estimulada e recompensada com a satisfação monetária imaginária, o logotipo do jogo Burger Cooking Academy é produzido para agregar valores diferenciados e se misturar ao cenário do jogo, onde as meninas são convidadas a apreciar detalhes do ambiente da cozinha, uso dos utensílios culinários e atentarem-se para a ordem de preparo do que se tornará o ingrediente principal do prato a ser elaborado. A recompensa se resume a perfeição do produto final. Assim, a adição do amarelo, para simular o dourado ou o ouro amarelo, denuncia a **Acumulação** cromática para uma arremetida das noções pretensiosas de um ambiente culinário cercado de luxo, riqueza, sorte, felicidade e bem aventurança, oferecendo à criança a oportunidade de colocar valores emocionais ao lugar de preparo de alimentos, a cozinha, como um lugar precioso, de excelência na feminilidade. O entretenimento está ligado primordialmente ao aspecto emocional, uma vez que não há qualquer recompensa monetária em troca dos desafios cumpridos no jogo.

Originalmente, como já citado nesta pesquisa, as figuras retóricas visuais costumam ser observadas e identificadas apenas nas proposições de forma e de conteúdo. Baseadas nas discussões realizadas e com foco nos objetivos deste estudo, houve a necessidade da utilização de duas novas proposições para um melhor entendimento das relações de gênero deflagradas pelo uso de variados tipos de representações gráficas nas imagens animadas e estáticas nos jogos infantis. As proposições **Tipográficas** e **Cromáticas** são adicionadas pela necessidade de análises mais aprofundadas nas áreas gráficas, que a proposição da forma comumente não contempla em análises retóricas visuais

publicitárias ou em propagandas. Nas proposições tipográficas - escolhas simples da fonte, tamanho, traço, peso e posição da composição no *layout* da tela - possibilitam o fortalecimento de conceitos e práticas sociais, de artefatos e de ações que as palavras transmitem ou descrevem (KANE, 2012, p. 64). Os usos e significados de gênero, como evidenciado nas análises dos dois “jogos de cozinhar”, podem permear de forma sutil ou intensa as partes compositivas dos tipos. Da mesma forma, as proposições cromáticas também são parcamente contempladas de forma objetiva e clara, deixando as composições cromáticas a um plano aleatório na construção de significados através da retórica visual. Restabelecida sua relevância, as cores são responsáveis por partes expressivas das estruturas informacionais de composições gráficas, uma vez que também são capazes de manipular dados psicológicos, afetando diretamente a qualidade do que é visualizado. As sensações são estimuladas pelas formatações dadas às formas gerais dos artefatos e incluem não somente as formas e conteúdos, mas seus estilos cromáticos e tipográficos.

6.2 PERSUASÃO DE GÊNERO NOS JOGOS DE ADMINISTRAR DO CLICKJOGOS

Outra fatia representativa de jogos postulados como “jogos de meninas” são os “Jogos de Administrar”. Dois jogos são analisados neste item, iniciando com o jogo Garage Rush, indicado pelo ClickJogos como jogo para meninas e finalizando com o jogo Goodgame Café, que não possui indicação para nenhum dos sexos.

6.2.1 O tema “Administrar” para meninas

Quando a página que lista os jogos desta classificação é aberta, um dos primeiros jogos sugeridos pelo site é o Garage Rush, criado pelo desenvolvedor Csharks⁷³ e também disponibilizado no site da Game2girls⁷⁴. A tela *splash* é composta pelo desenho de dois personagens e um carro que são remetidos ao primeiro plano da cena. Uma fraca luz ao fundo ilumina o carro que ganha prioridade visual própria pelo contraste que seu matiz amarelo proporciona aos dois

⁷³ Empresa desenvolvedora de jogos localizada na Índia e especializada em jogos 2D para portais do mundo inteiro. Disponível em <http://www.csharks.com>.

⁷⁴ Site de empresa especializada na publicação de jogos de desenvolvedores externos e patrocínio de desenvolvimento de muitos dos jogos que veicula. Disponível em <http://www.games2girls.com>.

personagens juntos a ele. Em relação a ele, a protagonista ganha maior importância pelo seu posicionamento em relação ao cenário escurecido em segundo plano, devido às cores iluminadas de suas roupas ajustada ao corpo, sua postura corporal, assumida em relação à situação cênica e, principalmente, em relação ao personagem masculino que está de costas. Ela olha diretamente para a criança jogadora em conotação de afirmação própria e superioridade e aparece em uma relação retórica visual de **Inversão** em relação ao seu companheiro de cena pela sua evidência hierárquica em detrimento de uma ocultação da identidade do personagem masculino. Mas é igualmente certo que a **Rima** sugere retoricamente comparações entre iguais. Ela mostra que é capaz de fazer os mesmos trabalhos que exigem força e agilidade e, assim, o posicionamento do personagem auxilia na focalização narrativa feminina e na sua relação com o automóvel como signos principais do jogo. A confirmação disto é que a aparição deste personagem masculino é reservada a esta tela (Figura 82) e, para tê-lo de volta ao jogo, a criança jogadora deverá “pagar” com pontuações adquiridas para obtê-lo como auxiliar do ofício, como é mostrado na tela de opções de compras (Figura 83).

O desenho tipográfico é único para todas as informações e pontos de navegação dentro e fora do jogo: na marca do jogo, nos botões e na barra superior de contagem de pontos e tempo das tarefas. Ele condiz com as formas gráficas adotadas nos desenhos dos personagens que possuem cabeças e rostos arredondados, assim como curvas dos ombros, braços e mãos com predominância de formas arqueadas. Dessa forma as figuras de **Alusão**, **Repetição** e a **Rima** aparecem no espelhamento dos traços constitutivos do desenho dos personagens no estilo tipográfico criando estilos similares. Os objetos que compõem o cenário ao fundo seguem o mesmo padrão gráfico de formas e arestas mais arredondadas.

Figura 82 – Tela *splash* do jogo Garage Rush e paleta de cores do jogo. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/> Acesso em: 10/10/2014.



Figura 83 – Tela *splash* do jogo Garage Rush. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/> Acesso em: 11/10/2014.



O modo como o personagem masculino surge como coadjuvante sugere que ele seja um subalterno na oficina, mas suas ações são equivalentes ao da protagonista: auxilia nos desafios mais prolongados, reduzindo-os à metade do tempo e intercala outros para agilizar as tarefas (Figura 84).

É interessante observar que na análise quantitativa realizada no capítulo segundo (ver Quadro 1, página 48) os jogos que envolvem a temática de automóveis (Jogos de Carros) são colocados em grande maioria (97,6%) em links de jogos para modelos universais masculinos e destes, também a maioria, se referem à utilização dos carros para corridas ou perseguições pelos protagonistas do jogo. A temática da protagonista em administrar uma oficina de carros, costumeiramente um lugar administrado por homens, e o jogo ser destinado a elas pelo Portal ClickJogos, se confirma como um jogo de exceção, onde a oficina de carros ainda é um lugar incomum para elas. O fato de lugares incomuns ou impróprios para mulheres se tornarem lugares comuns a homens e mulheres sempre esteve na pauta de reivindicações na história de luta das mulheres e feministas.

As expressões cromáticas do jogo são constituídas em uma paleta luminosa, porém discreta. Retoricamente, há uma distribuição de matizes no cenário de forma que nenhuma das cores se sobressaia em detrimento de outras, com exceção da maleta cor de rosa. Levando em consideração a prescrição das cores codificadas de acordo com a dicotomia sexual mulheres/homens e aceitas pela sociedade de consumo, as cores trabalham em **Acumulação** de variados tons para persuadir um equilíbrio no cenário e fazem a indicação de que é dado ali o lugar de direito também de mulheres.

Para se adequar ao contexto da mecânica de carros, a personagem usa um macacão azul ajustado ao corpo e um boné igual ao usado pelo mecânico, mas com o matiz diferenciado. As marcações de gênero utilizadas para diferenciá-la em um ambiente de ofício masculinizado estão principalmente na maleta de ferramentas em tons de rosa que se encontra no chão, aos pés da protagonista, e a indumentária menos saturada cromaticamente que a do segundo personagem. O acessório próprio para as ferramentas abriga a figura retórica de **Hipérbole**, que acontece devido ao isolamento visual cromático. A cor rosa do acessório reforça as forças perceptivas de segregação visual, ao mesmo tempo em que a resgata e unifica de forma a ser mais valorizada no conjunto da cena como uma unidade visual importante.

Figura 84– Sequência de telas do jogo Garage Rush em que o personagem masculino surge em cena e auxilia a protagonista em momentos diferentes. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/>>. Acesso em: 11/10/2014.



A roupa e o acessório trabalham em uma correlação associativa de delicadeza e ao mesmo tempo de atitude em prol da protagonista. Isto acontece pelo macacão que marca a cintura da personagem e os cabelos longos e presos em “rabo de cavalo”, arranjo que sugere a ação para a “guerra” ou neste caso para o trabalho. Esta indumentária contextualiza noções sociais, individuais e de gênero na cena e coloca a personagem definitivamente como elemento principal do jogo. Alexandre Bergamo, ao trabalhar a moda nos contextos de gênero, refere-se ao papel do sujeito, a moda e os contextos sociais como partes indissociáveis.

O detalhe mais importante de todos é que o indivíduo nunca fala de si, mas do contexto social a que pertence. A descrição do indivíduo é a descrição de seu ambiente social. Ou seja, o discurso, tanto quanto a roupa ou o próprio indivíduo, traduz sempre um ato de remissão a uma determinada concepção de ordem social, e é sempre a ela que se faz referência, é sempre ela que orienta não apenas a forma de pensar o mundo, mas também a forma de pensar a si próprio dentro desse mundo (BERGAMO, 2004, p.88).

Pensando as questões das técnicas da moda sob a luz do Panóptico de Michel Foucault, quando da investigação da história das penitenciárias, Tina Chanter observa que o fato dos sujeitos estarem sob vigilância torna-os, por esta razão, agentes sitiados.

O efeito da arquitetura das prisões, escolas e hospitais é o de “induzir [...] um estado de visibilidade consciente e permanente que garante o funcionamento automático do poder” (Foucault, 1977, p. 201). De modo paralelo, por meio do aparato da mídia, o olhar masculino é internalizado quando revistas femininas de moda e os anúncios da Internet instruem as mulheres com o intuito de promover sua “individualidade” (CHANTER, 2011, p. 67).

Apesar dos dois personagens vestirem macacões comuns ao ofício, seus desenhos e cromatismos diferenciados revelam uma manutenção de posições sociais adquiridas pela temática. Vale ressaltar

a sutil substituição cromática do boné da protagonista quando passa de vermelho para o matiz laranja no *ingame*, insuflando mais uma marcação visual da diferença, uma vez que seu auxiliar permanece com um boné vermelho. As relações entre os personagens, através da roupa e acessórios ora semelhantes, ora diferenciados pela forma e cromatismo, mostram a **Circunlocução** como figura de persuasão para promover a regulação de uma conveniência solicitada para o benefício da manutenção da diferença das posições sociais ligadas às relações de gênero, quando coloca a personagem com padrões visuais femininos como chefe de uma oficina de carros e o personagem com padrões visuais masculinos como ajudante. A função comumente masculina é exercida por uma figura feminina, o que, em parte, se opõe às orientações diferenciadas e generificadas das práticas sociais e construção do corpo que meninas e meninos, mulheres e homens recebem. Não há uma oposição total porque os modelos visuais da roupa e acessórios ainda promovem uma diferença e generificação clara para ela em relação a personagem masculina que a auxilia. Uma oscilação entre oposição e identidade presente nos sujeitos representados aparece numa relação de adjunção e troca de cromatismo quando trabalha o **Emparelhamento**, pela variação do uso de uma versão diferente de acessório e pela **Inversão**, ao manter a personagem com suas formas idênticas às da tela *splash* e alterar a qualidade do acessório no *ingame*. Ambas as figuras retóricas trabalham visualmente para distinguir nos personagens a imagem da mulher como “superior” ao personagem masculino e, ao mesmo tempo, manobra a figura masculina, que está sempre de costas ou de perfil, em prol da focalização da figura feminina como protagonista.

Os pontos de entrada do jogo estão no conjunto de botões que simulam pneus empilhados e se repetem ao longo do jogo como instrumentos de navegação entre as principais ações do jogo. Eles representam uma **Antanáclase**, uma vez que manipulam sentidos e conceitos que ligam culturalmente o componente do automóvel às masculinidades, como a utilização da imagem dos pneus e de ferramentas de carros, mas que pela sua **Repetição** visual, solicitada pelo tema e jogabilidade, autoriza a aventura feminina no jogo colocando a mulher como a protagonista das ações do jogo. Como as oficinas de carros são, na maioria das vezes, “lugar de homens”, estas imagens surgem como novos enigmas de funcionalidades do jogo para estimular os desafios que a protagonista deve resolver com a ajuda da criança. Na tela *ingame* a personagem, que não tem um nome pessoal de identificação, surge sozinha para realizar os desafios, que são realizados

em visão de terceira pessoa. Os desafios são os de abastecer, lavar, consertar, trocar de pneu, óleo, pintar e polir o carro e são postos no jogo de forma paulatina através dos níveis que a criança avança. O jogo é iniciado com um primeiro dia de trabalho e com um objetivo de pontuação fixada para aquele nível, que deverá ser obtida em um tempo também predeterminado e possui apenas os desafios de abastecer e lavar os carros que surgem na garagem. Os demais desafios são “comprados” pela criança jogadora ao passo que adquire pontuações suficientes. A Figura 85 mostra um painel de alternativas, que são disponibilizadas mediante poder de troca, de ações para gerar mais desafios, mas que também geram possibilidades de pontuações mais altas. Esta jogabilidade evidencia a competência de empreendimento administrativo que o jogo solicita à criança jogadora e se torna igualmente um desafio. Neste caso, o uso da figura de **Suspensão** mantém a relação de espera do auxílio não só a adição de outros desafios que possam ajudar na obtenção de mais recursos, mas na equivalente possibilidade de adquirir pelas vias financeiras um coadjuvante presente na figura do sexo masculino.

Figura 85 – Tela do jogo Garage Rush com painel de alternativas de ações. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/jogos/garage-rush/>> Acesso em: 11/10/2014.



A maioria dos jogos prescritos para meninas aqui analisados possui as mulheres (muitas infantilizadas visualmente, mas não meninas) e homens (não meninos) como modelos de representação para introduzir o contexto do jogo. No caso das mulheres, mesmo que não permaneçam como protagonistas dentro do jogo, elas apresentam ou repassam às crianças jogadoras características performáticas condizentes às práticas sociais que são inseparáveis das produções de sentido e valores gerados. É neste sentido que Marinês Ribeiro dos Santos (2008) considera que

os esquemas corporais também constituem sistemas de significados mediante os quais as posturas das pessoas podem ser classificadas como adequadas ou não para determinados contextos. Assim como em outros fenômenos de natureza simbólica, tais leituras e julgamentos passam pelo crivo dos valores que permeiam as relações de classe, raça/etnia, geração e gênero (SANTOS, 2008).

Ela se alicerça nos estudos específicos das posturas ligadas ao ato de sentar no Brasil no início do Século XX, quando cita Vânia Carneiro de Carvalho que aponta que

Os recursos retóricos, imagéticos e cenográficos mobilizados para a descrição de uma personagem literária ou de um cenário ficcional, o uso de uma janela, o ritual de comer ou mesmo a necessidade de sentar, deitar, recostar, relaxar não são ações sexualmente neutras. (CARVALHO, 2008)

As autoras argumentam, respectivamente, como as posturas femininas eram diferenciadas das masculinas e como foram modificadas ao longo do tempo também pelas reivindicações feministas do Século XX e pelas práticas relacionadas aos usos de artefatos domésticos. Posturas femininas mais ousadas ou mais tímidas construídas nas ilustrações de personagens femininas dos jogos traduzem condutas corporais construídas, ditadas e vividas por mulheres ao longo das épocas. Neste caso o jogo Garage Rush valoriza uma atitude feminina mais ousada, uma vez que não é comum uma mulher administrar uma

oficina de carros. A possibilidade de uma figura feminina ajustar-se a um ambiente determinado socialmente como masculino é colocado retoricamente no jogo em forma da figura de **Anacoluto**, de modo a quebrar as convenções da hegemonia masculina neste setor. O Anacoluto se dá justamente pela troca da figura masculina pela feminina numa situação inusitada. Desta forma, as posturas da personagem da ilustração feminina no jogo colaboram para firmar posicionamentos sociais reivindicados e adquiridos pelas práticas de luta feminista.

6.2.2 O tema “Administrar” como universal

Um dos jogos mais populares da sessão “Administrar” do site ClickJogos é o Goodgame Café criado pela *Goodgame*⁷⁵. Também classificado pelo site como um jogo de “cozinhar”, aparece sem prescrição cromática em rosa em seu link indicativo. O café é um dos jogos da Goodgame dentre outras versões, como o Empire, com o tema de guerra ou a Farmer, com o tema de administração de fazendas. O jogo Goodgame Café aparece como o jogo mais popular dentre os que se apresentam hyperlinks vermelhos na categoria “Cozinhar”. Na página em que o jogo é executado, o texto introduz os modos do jogo quando convida a criança jogadora:

Crie o seu personagem e entre em uma comunidade repleta de lanchonetes, onde você precisa trabalhar bastante para ter uma das melhores, contratando amigos e pessoas de todo o mundo para trabalhar com você e te ajudar (CLICKJOGOS, 2014).

Semelhante a outros jogos com prescrição para meninas pelo site ClickJogos e analisados até agora, o Goodgame Café coloca a figura feminina presente na tela *splash* (Figura 86), porém aqui ela surge em segundo plano em relação às painéis e aos alimentos. A marca do jogo é pictoricamente mais elaborada e utiliza os utensílios e ingredientes culinários em sua composição. O espaço destinado ao acesso para o jogo é colocado em um livro de receitas, se transformando em um “livro culinário de acesso”. Os utensílios, ingredientes, a marca do jogo e o espaço de acesso tomam o espaço de três quadrantes da imagem da tela inicial do jogo e se afirmam esteticamente como elementos gráficos pictóricos hierarquicamente mais importantes para a realização das

⁷⁵ Empresa desenvolvedora de jogos.

ações do jogo. A figura feminina é apresentada em último plano oferecendo o alimento já elaborado. Como observado em outros jogos, há uma hibridização entre o infantil e o adulto. A personagem é ilustrada com características de uma imagem feminina branca, magra, olhos claros, com cabelos loiros e maquiagem suave, sugerindo aspecto saudável. Sua indumentária utiliza as cores em tons de azuis e brancos e, em conjunto com a representação de vidraças ao fundo e o pano de limpeza em primeiro plano, remetem as noções de limpeza e ambiente constantemente asseado. Em complementação, o avental lhe dá a marcação definitiva da feminilidade ligada ao lar e fecha seu elo com a cozinha como espaço privilegiado de mulheres. Os ingredientes utilizam as cores amarelas e verdes brilhantes e exercem contrastes com as cores mais neutras dos utensílios, que já exercem sua função na cena, onde evidencia os vapores produzidos pelo calor da elaboração dos alimentos.

Figura 86 - Tela *splash* do jogo Goodgame Café. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/>> Acesso em: 15/10/2014.



Ao criar um perfil, a criança jogadora é levada a escolher o perfil do personagem que realizará as tarefas de manutenção do Café (Figura

83). Em uma prancheta, as escolhas estão pautadas no binômio mulher/homem e a opção “mudar o visual” traz possibilidades de mudança da cor da pele, cor de cabelo e cor das roupas. As ilustrações das personagens têm claras características infantis, mas colocam marcações de geração, sexo e gênero: A personagem feminina é identificada pelo conjunto de roupas e acessórios, maquiagem, cabelo e olhos maiores. O volume dos seios nela e o cavanhaque do personagem masculino são responsáveis por sugerir características visuais mais adultas. Como estão na mesma cena, eles se encontram em estado persuasivo de **Emparelhamento**, que reforça as diferenças sexuais e de gênero entre eles e força a escolha dentre um ou outro para o papel de protagonista no jogo. Pelas figuras retóricas de **Rima** e **Acumulação** o jogo oferece, ao mesmo tempo, opções de mudanças de características físicas dos personagens através do botão de mudança de visual, que é acompanhado por um ícone de um liquidificador acompanham a imagem. A sessão propõe misturas de raças à escolha e preferência da criança, como uma forma e possibilidade da criança jogadora se identificar mais fielmente com o personagem escolhido durante a execução das ações que o jogo proporciona. A Rima ocorre pelo posicionamento simétrico dos personagens de sexos opostos e sugere uma relação de igualdade entre eles. Já a Acumulação vem pela oferta de variadas possibilidades de cor de pele e cromatismos das roupas para os dois personagens de sexos diferentes ao mesmo tempo. Apesar desta opção de modificação das características físicas, os conceitos de mudança permanecem pautados na questão da escolha entre um dos dois sexos. Com tantas diferenças visuais pautadas no sexo percebido de cada personagem, a **Repetição** da ilustração do chapéu de cozinheiro, acima da cabeça de cada personagem, permite que este elemento gráfico suscite uma ideia de equilíbrio das práticas profissionais de “cozinhar” e “administrar” o Café, o que proporciona uma paridade destas práticas e uma minimização do uso de gênero para estereotipar qualquer um dos sexos em relação às ações do jogo.

Independente da escolha da/o personagem, ao acessar o ambiente do jogo, o/a jogador/a visualiza a mesma personagem da tela *splash*, que como anfitriã, introduz os modos de jogabilidade através de um tutorial interativo, onde ela solicita que o jogador realize algumas ações em forma de passo-a-passo. Nessa introdução, a personagem inicia o seguinte diálogo verbo-visual com a criança jogadora:

Figura 87 - Tela secundária onde o/a jogador/a pode escolher seu personagem de acordo com o sexo. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/>>. Acesso em: 12/10/2014.



Bem vindo ao seu café, Guest_90347695!
Essa introdução curta vai te ajudar a entender o mundo maravilhoso da gastronomia.

A ação de preparar o primeiro prato é oferecida ao/a jogador/a que deverá realizá-la clicando em uma seta vermelha em movimento, indicando a localização onde deve ser preparado o alimento. Neste mesmo momento a personagem orienta cada ação realizada pela criança jogadora e demonstra as ações que deverão ser repetidas durante todo o jogo:

O mais importante é a comida. Vamos preparar uma salada. Clique no fogão!

...

Aqui os pratos com informações sobre ingredientes necessários, tempo de preparo e lucro.

Oh não! Você não tem mais cebolas para a salada

– mas você pode comprar algumas.

...

No ‘0’ ao lado da geladeira pequena em cebolas, você pode ver que não tem mais nenhuma na sua geladeira.

Abaixo você vê o preço.

Compre cebolas!

...

Agora vamos ao que interessa!

Mostre à salada o que você sabe!

...

Clique algumas vezes no fogão para seguir os passos de preparo.

...

Normalmente a salada demora três minutos até ficar pronta.

Porém existe a possibilidade de encurtar esse tempo, coisa que vamos fazer agora.

...

Utilize ‘terminar de cozinhar agora’.

Isso custa dinheiro e é extremamente prático.

...

Muito bem!

Agora você só precisa servir a comida. As dez porções não vão durar muito tempo, por isso não se esqueça de providenciar mais.

...

Ótimo! Os primeiros clientes não vão demorar a chegar.

Agora você já sabe tudo o que precisa para começar.

Dê ainda uma olhada por aí.

Divirta-se!

Finalizado o tutorial interativo inicial, o cenário do jogo evidencia uma visualização de cima para baixo, a chamada “visão de Deus”, onde é possível controlar o espaço reservado para construir (em verde claro) a lanchonete sem a necessidade de mudança de cenário. No espaço não há uma sinalização horizontal de piso com a marcação do espaço inicial da cozinha (em cinza escuro), o que constitui uma determinada importância ao espaço da cozinha como lugar diferenciado. É dada então uma liberdade na concretização dos espaços, para que o café seja planejado e decorado de acordo com o desejo e entendimento que a criança-jogadora tem desse ambiente (Figura 88). Ainda na Figura

88 é possível observar que o jogo é controlado pela criança com visualização em cena única e que possui a funcionalidade de uma “cozinha moderna”. O espaço inicial oferece a princípio três fogões, uma geladeira, dois balcões expositores e quatro mesas com cadeiras. Isso limita a produção da quantidade e tipos de pratos, que deve ser aumentada de acordo com a evolução no jogo. O tamanho inicial do café também limita a quantidade de clientes atendidos. Novamente, apenas a evolução no jogo permite as expansões do espaço físico, o que permite adquirir aos poucos mais utensílios e equipamentos. Quase todas as funcionalidades estão ao alcance do clique da criança: ampliar ou reduzir a visualização do ambiente, ativar ou desativar efeitos de animação e som, *score*, trocar roupa do personagem, acesso a geladeira, etc. A criança também tem o controle sobre as possibilidades de interação com outros jogadores, que precisam estar também conectados ao jogo, através de uma caixa de diálogo localizada à esquerda inferior da tela. Além dessa interação, há o “Mercado” que se apresenta como um espaço de convivência onde as crianças podem visualizar os simulacros escolhidos por outros jogadores que também se encontrem no espaço, conversar entre si e participar de pequenas atividades relacionadas ao ganho de presentes que incrementam o café, como por exemplo, jogar em uma roleta, que pode ser rodada uma vez por dia gratuitamente (Figura 89). Os “ourocafés” são ganhos de acordo com os níveis de dificuldade realizados, mas podem ser compradas com moeda nacional através de cartões de crédito bancários, dentre outros.

As abordagens do Goodgame Café são diferenciadas de outros jogos online com a mesma classificação de “Administrar” posta pelo ClickJogos por, dentre muitos aspectos, promoverem o controle e a evolução de um espaço comercial utilizando o fator econômico como limitação das ações na jogabilidade e por utilizarem uma rede social de interação própria para agilizar a produção do alimento e, consequentemente, realizar a ampliação e decoração do espaço. Os tipos de cuidado englobam o “cuidado com” as ações no jogo de ganho de capital monetário, de controle do progresso e da manutenção do jogo, noções estereotipadas dadas como habilidades pertencentes aos homens (CHIES, 2010) e o “cuidar de” é reservado à parte do jogo menos importante, como a organização da mobília para a decoração do Café e os bate-papos, que não tem função prioritária para a evolução da criança dentro do jogo.

As funcionalidades e ações do jogo estão presentes através dos elementos gráficos que se localizam as margens da cena. Na margem superior esquerda estão a contagem de *score* e o “caixa” do Café, que faz respectivamente a evolução da criança no jogo e a manutenção do poder de compra de novos ingredientes. Logo abaixo, há um ícone de uma panela com moedas de ouro dá a possibilidade de comprar “ourocafé” e “dólarcafé” usadas, o que o caracteriza como um *game-advergame*; Ainda na parte superior, ao centro da tela, a identificação do jogador e logo abaixo a “popularidade”, que aumenta à medida que os pratos são elaborados e servidos no tempo correto e o “valor de luxo”, que aumenta com a ampliação do café e disposição de objetos de decoração valiosos; À direita estão os botões de funcionalidades de apoio à jogabilidade como acesso ao fórum, ajuda, suporte, configurações, sons, zoom, efeitos e troca de características dos personagens, incluindo a mudança de características de sexo. Logo abaixo, um pequeno ícone de folhas de papel dá acesso ao *ranking* no jogo. Na parte inferior da tela, à direita, ícones que trabalham com a arquitetura e decoração do ambiente, como o “livro” que acessa as possibilidades de preparar os pratos principais, sobremesas, sopas, vegetais, petiscos e saladas, o “pincel” que modifica e adiciona o mobiliário do ambiente e a “cesta” que dá acesso a compra de ingredientes. Abaixo destes três ícones, há outros seis ícones que proporcionam interação com outros cenários, a saber, respectivamente da esquerda para a direita: o ícone do presente para acessar os prêmios ganhos de acordo com os pratos preparados e servidos, o ícone de três chapéus de cozinheiro juntos acessa a tela de projetos culinários em cooperação com outras jogadoras e jogadores, a banca de feira para acessar o mercado, onde há interação social através de bate-papos, a xícara de café leva sempre a criança jogadora de volta ao ambiente principal do café, o ícone da gravata administra o modo de trabalho dos garçons e garçonetes, inclusive a demissão deles e, por fim, o ícone de um chapéu de cozinheiro que leva a premiações de todas as ações possíveis, fonte de pontuações extras e “dólarcafé”. Na parte inferior esquerda da tela é reservada às interações sociais do jogo: os quatro ícones com janelas sobrepostas possibilitam as crianças jogadoras interagir com outras crianças que também estejam conectadas ao jogo, criar um círculo de amizades e verificar quem neste círculo está conectado.

Assim, todas as práticas que pertencem à temática e a jogabilidade são análogas. Dito de outra forma, as ações de cozinhar os pratos, administrar estoques, ambiente e funcionários, além de participar

da rede de amizade que é possível ser criada ao longo do jogo que não tem conclusão nem ganhadores definitivos. O *ranking* está sempre se modificando e o café sempre em atividade, e mesmo que a criança jogadora o abandone por um determinado tempo, ao retornar ela poderá continuar do ponto que o deixou.

No tocante aos usos de gênero, as possibilidades de escolha de personagens mostram algumas técnicas persuasivas visuais que promovem a dicotomia sexual como norma e tomam conceitos dados como naturalizados da heterossexualidade. Ao evoluir para o terceiro nível do jogo, uma das telas que noticiam novas características e funcionalidades que foram “destravadas” para o quarto nível mostra que, a partir daquele momento, haverá a possibilidade de contratação de “um novo garçom para servir muitos clientes!” (primeira tela da Figura 90). Pautado no masculino universal, o jogo utiliza o conteúdo textual para anunciar a contratação de mais uma pessoa para auxiliar nos trabalhos de atendimento do café e encontra reforço nesta universalização com as figuras de **Perífrase** e **Dubitação** na ilustração, que se apresenta como uma silhueta do personagem masculino e um círculo branco que centraliza a ilustração na tela. A **Perífrase**, por utilizar apenas a figura masculina em silhueta como representação universal das possibilidades de escolhas que pode também ser uma figura feminina, insinuando sua forma como fundamental e dominante. O contorno de parte do corpo masculino e o preto autorizam a representação pela substituição das possibilidades de características das figuras femininas no jogo. A **Dubitação** ocorre também pela ocultação da imagem feminina que é reforçada pelo sinal de interrogação na indicação de dúvida entre um binômio sexual trabalhado em oposição no jogo. Neste processo de escolha de imagens de personagens a **Circunlocução** opera em conjunto com a **Perífrase** e a **Dubitação** quando a imagem feminina é substituída pela imagem masculina por uma relação de similaridade. São estas figuras retóricas que promovem a relação universal das masculinidades nos processos de escolha dos personagens.

Algumas figuras retóricas de adjunção reforçam a hegemonia dos padrões visuais masculinos, como a **Repetição** do perfil dos traços masculinos e o uso da gravata borboleta, com características de forma e cromatismos preservados e utilizados nas silhuetas evidenciadas na tela “Seus garçons”. Interessante observar que justamente pela figura de Repetição, a gravata pode ser entendida, em um primeiro momento, como um elemento que “igualá” as imagens em silhueta, minimizando as diferenças pela oposição sexual, entretanto, provoca uma impressão de falsa homologia visual pela figura de **Antimetábole**, que pertence à

operação de Troca, quando se apresenta como um elemento gráfico contraditório para a figura feminina e termina por reforçar a condição de sua imagem como uma ramificação da forma masculina, justificada pela normatização funcional para os dois sexos em uma situação de concomitância visual. A **Acumulação** quantitativa ocorre quando a criança escolhe como “primeiro garçom” a figura feminina (segunda tela da Figura 90) e essa imagem escolhida é adicionada às outras oito possibilidades de seleções de personagens auxiliares, sempre tendo que escolhê-las apenas pelo sexo. Assim, a persuasão pela figura de Acumulação se dá pelas possibilidades de escolhas alternadas entre as imagens sexuadas dos personagens. Através da **Rima** há a **Comparação** entre os dois personagens de acordo com suas relações de representação baseadas nos sexos opostos (terceira tela da Figura 90). A gravata borboleta também é responsável pela figura de **Emparelhamento** entre cenas, quando faz uma marcação inicial de uma condição futura (“ser garçom”) dos personagens secundários e é suprimida no *ingame*. Assim, a persuasão das representações visuais das masculinidades como dominantes é encontrada fortemente nestas telas iniciais do jogo através das formatações da imagem, do cromatismo e do conteúdo verbal.

Nos jogos analisados nesta pesquisa é possível perceber uma diferença acentuada de características tipográficas mais aplicadas aos jogos prescritos como de meninas pelo ClickJogos e os jogos considerados aqui como universais. É possível perceber que nos jogos para meninas a predominância é de fontes com arestas abauladas, enquanto que em jogos universalizados as fontes com arestas mais angulosas são mais decorrentes. A tipografia utilizada no Goodgame Café concentra estas duas características; Suas hastes retas, finalizadas com serifas arredondadas, lhe confere destaque diferenciado no layout das telas do jogo e a sua função é cumprida, uma vez que os vocábulos que utilizam este tipo têm a incumbência de marcar informações relevantes da jogabilidade como, por exemplo, o título das janelas flutuantes de funcionalidades de escolhas e avisos, que surgem durante a execução do jogo (Sequência de telas na Figura 90) ou, na parte superior mediano do layout, evidenciar o nome escolhido pela criança no jogo (Figura 88). A proporção visual reduzida de suas ascendentes e descendentes em relação à altura “x” das letras proporcionam tranquilidade à leitura. Seus “ombros” e “barrigas” arredondados e serifas com curvas suaves tornam a tipografia legível e emitem a sensação de acessibilidade e facilidade de uso (Samara, 2008) e por esta razão é aplicada predominantemente nos títulos das janelas flutuantes do jogo e em informações importantes no layout do cenário principal do

Figura 90 – Sequência de telas do jogo Goodgame Café. Disponível em < <http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/>> Acesso em: 12/10/2014.



jogo. Juntas, essas características visuais também despertam um caráter infantil à fonte, muito embora não haja a colaboração da aplicação de muitas cores em suas formas ou contraformas. Assim, essas condições formais dos traços tipográficos têm a função primeira de legibilidade e, sem menor importância, tratam de contextualizar as crianças no que concerne à jogabilidade. Longe de uma neutralidade, a fonte utilizada não possui formas diretamente associadas às escolhas dos tipos e formas dos personagens e são mais utilizadas para identificações, indicações e em relatórios informativos do jogo (Figura 91).

Figura 91 - -- Uso tipográfico na tela de premiações do jogo Goodgame Café. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/Jogos-online/Acao-e-Aventura/Goodgame-Cafe/>> Acesso em: 15/10/2014.



Entretanto é pertinente afirmar que as características tipográficas também acentuam as referências das masculinidades postadas no conteúdo das telas. Trata-se de uma situação em que as informações não verbais incrementam as informações verbais. Ainda na Figura 91, os títulos “Cozinheiro astuto”, “Chef generoso” e “Gastrônomo dourado” referem-se universalmente ao protagonista ou à protagonista. Então, é válido concluir que há uma associação direta das formas tipográficas

com os modos verbais de referência linguística pautada no universal masculino e adotada pela narrativa pelas vias de associações persuasivas. Pela força da figura de **Alusão** a tipografia auxilia nas forças normativas pautadas nas formas de masculinidades. A tipografia torna-se uma coadjuvante nos contextos linguísticos que atribuem um gênero dominante aos personagens do jogo. Mas não seria essa a função primária da tipografia? “Aparecer” para então se tornar invisível em benefício da excelência da informação, da elucidação de um contexto? Afinal, o que interessa no jogo online é a jogabilidade e a participação de processos lúdicos que as crianças sobremaneira valorizam, mas que são elementos materiais atrelados obrigatoriamente a essas sensações de entretenimento. Sob essa camada de interesse, de forma sutil e muitas vezes “invisível”, as formas gráficas também podem reforçar conceitos estigmatizados, estereotipados, universalizados e estimulam timidamente a atenção às múltiplas diferenças, igualdades e personificações humanas com o intuito de promover o entendimento das organizações sociais que estabelece tais multiplicidades. Esses conceitos ainda são pouco trabalhados através das formas, formatos, cores e tipos nos projetos de cenários de jogos digitais de forma a respeitar a importância das questões de gênero.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das análises e discussão postas de acordo com as observações do que são expostos nas imagens dos jogos online infantis veiculados pelo Portal ClickJogos, pode-se constatar que as formas e os cromatismos apresentam os códigos gráficos mais passíveis do uso da retórica visual, ao que se refere às atribuições das relações de gênero.

Os resultados mostram uma maior incidência de figuras do grupo de Adjunção, suscitadas principalmente pelas figuras de **Repetição**, **Rima**, **Acumulação** e **Emparelhamento**. Estas figuras mostram que os jogos online trazem consigo dispositivos informacionais visuais capazes de reiteram cotidianamente as diferenças de gênero para as crianças e a partir destas condições retóricas visuais, reforçam a ideia da existência de “naturalização” sexual que prescreve determinadas práticas para mulheres e outras práticas como específicas de homens. Isto implica também em efeitos majoritários de adições de elementos gráficos para a manutenção de significados pertinentes ao comprometimento dos jogos sob uma hegemonia regulada nas representações de padrões generificados nas masculinidades. Por conseguinte, os elementos gráficos variantes nas formas e cromatismos estereotipam as relações de gênero utilizando as identificações, as similaridades e as diferenças sexuais percebidas, colocando fortemente as oposições dicotômicas polarizadas nas formas ilustrativas no interior das bases temáticas e narrativas visuais dos jogos online infantis.

A figura de **Repetição** funciona como modos de confirmação e reforço de formas pautadas numa orientação, que continuamente rememoram os traços masculinos como hegemônicos quando, a exemplo dos jogos online de cozinhar como hegemônicos, colocam estes traços em maioria numérica nos personagens colocados como masculinos pelos gamers designers, ou ainda, na utilização de acessórios, generificados marcados pelos padrões masculinos, assinalados por cima de padrões reconhecidamente femininos ou que podem ser comuns. É o caso do uso das gravatas borboleta nas personagens do jogo Goodgame Café.

As tipografias se encarregam de trazer aspectos de traços mais arqueados em jogos prescritos para as meninas, com a presença de formas mais arredondadas, mesmo que com hastes mais pesadas, grossas e espessas, através da repetição das formas que compõem seus traçados e estilos. Além disso, elas carregam também as composições cromáticas representantes dos jogos. Cromaticamente, a figura de **Repetição** atua nas matizes marcadamente femininas através da exposição e determinação midiática publicitária ocidental iniciada no Século XX, como já discutido nesta pesquisa. Matizes em rosas e azuis, com alta saturação, aliadas principalmente a imitação da moda e de práticas corporais pautadas, exclusivamente, em modelos femininos limitados. Pelo menos nas **Repetições**, as retóricas das generificações, no que concerne as marcações masculinas, se mostram mais fortemente presentes nas formas visuais das ilustrações nos jogos online dentro do Portal ClickJogos, enquanto que os usos cromáticos são mais recorrentes para as marcações dos femininos.

A figura retórica de **Rima** aparece em dois papéis discursivos quando, ora reforça os traços de um padrão de corpo masculinizado como modelo hegemônico humano, a exemplo do jogo Papa's Burgeria, ora como compensador persuasivo das relações polarizadas de gênero com a ajuda da figura de Comparação, dada nos conteúdos dos jogos, de modo a valorizar as práticas sociais cotidianas como comuns a todos e todas, em condições de igualdade entre homens e mulheres, como sugere o jogo Garage Rush. Assim, são nas formas que a **Rima** mais se faz presente. Os cromatismos e os traços tipográficos não se mostram nestes jogos, capazes de se agruparem em comparações visuais ou em características únicas que possam discursar imageticamente em benefício de uma unidade gráfica especial que equipare ou que diferencie um tipo ou uma cor para a hegemonia de uma diferença sexual.

O **Emparelhamento** é mais ocorrente em jogos nos quais são oferecidos personagens distintos, baseados nas diferenças sexuais percebidas. É uma figura que pode ser facilmente reconhecida como uma aliada no reconhecimento das diferenças não só entre sexos, mas nas alternativas postas e nas múltiplas possibilidades de combinações de estilo, de atitudes e de modos de estar e de ser representados nos personagens e elementos de cena. Claramente, a figura de **Emparelhamento** somente ocorre com a presença do “outro”, na capacidade de alteridade contínua e que é possível ser posta de forma condizente nas imagens dos jogos online.

A figura de **Alusão** surge de forma muito específica nas tipografias utilizadas, principalmente, nas telas *splash* dos jogos. As tipografias costumam representar, de forma global, as narrativas, personagens, elementos gráficos e cores pertencentes a cada jogo. Isso fica muito proeminentemente nos modos identificação visual das marcas do jogo compostas de símbolos, ícones e linguagens verbais que identificam os títulos dos jogos online. É possível observar uma diferença de tratamento dos traços tipográficos diferenciados entre jogos prescritos para meninas em relação àqueles que não são estigmatizados como tais. Há nestes espaços gráficos uma Alusão persuasiva de formas mais arredondadas, curvilíneas ou arqueadas e com serifas mais evidentes e elaboradas em jogos destinados às meninas e, de forma oposta, os demais jogos possuem tipos com traços mais retilíneos e com serifas menos proeminentes, ou até omitidas. Pode-se ver o exemplo de tipografias com traços mais arredondados e curvilíneos nos logotipos e botões nos jogos Tattoo Passion 2 (figura 52, p. 149), Ashley's Kitchen Skill (Figura 53, p. 152), Littlee Baby Care (Figura 54, p. 153), Burger Cooking Academy (figura 71, p. 176) e Garage Rush (Figura 76, p. 185), em relação aos traços tipográficos das composições nos jogos online infantis que não possuem direcionamento específico para meninas, como é o caso dos jogos Sports Heads Football Championship 2014/2015 (Figura 56, p. 156), Pixel Quest (Figura 58, p. 159), Dragon Ball – Perfect Hit (Figura 59, p. 161), Papa's Burgeria (Figura 62, p. 166) e o Goodgame Café (Figura 82, p. 195).

As tipografias são responsáveis pela ligação visual destas temáticas e narrativas com os significados da jogabilidade destes jogos. Elas utilizam sobremaneira a **Alusão** para estabelecer a ligação pela similaridade de seus traços gráficos com as narrativas, colocando em evidência e exclusividade as diferenças sexuais dicotômicas e direcionando o conteúdo, que referencia as masculinidades como cerne das relações entre mulheres e homens.

Os conteúdos fazem referências pontuais no que diz respeito às denominações linguísticas verbais para demarcar o que é dos domínios dos femininos e dos masculinos nos jogos online do ClickJogos, principalmente durante as escolhas e qualificações do sexo percebido dos personagens. Retoricamente, a **Comparação**, novamente pautada na diferença sexual entre personagens, é também uma figura retórica visual que surge na análise dos jogos de forma decisiva na afirmação do domínio dos padrões visuais pautados nos modelos masculinos. Ela compara para melhor distinguir e com a intenção maior de causar a assimetria das formas visuais em detrimento das feminilidades. Os

exemplos das persuasões por comparação podem ser verificados nos jogos Papa's Burgeria, quando da apresentação de três personagens, colocados lado a lado, como alternativas para serem escolhidas como personagem jogável, pela qual uma se diferencia dos demais: a personagem considerada como “mulher”. Outro exemplo é o jogo Goodgame Café, nas telas iniciais de escolha do personagem protagonista, em que são mostrados apenas dois personagens: uma menina e um menino, e nas telas internas do jogo responsáveis pelas ações de escolhas e contratação de ajudantes no restaurante.

As demais figuras retóricas visuais surgem de forma mais heterogênea e, de forma igualmente pertinente, trabalham as persuasões de gênero através das relações de identificação da criança jogadora como consumidora das formas gráficas e conteúdos apresentados nos jogos, em conjunto com as semelhanças, diferenças e oposições dos elementos postos visualmente. É válido então inferir que as generificações colocadas nos jogos online infantis não se constituem apenas pelas diferenças sexuais percebidas (SCOTT, 1990), mas também pelas suas similaridades e pelas identificações com os elementos gráficos baseados nas oposições sexuais binárias colocadas como “naturais” para as crianças. É mais pela soma (**Adjunções**) de significados persuasivos, e menos pelas Supressões, Substituições e Trocas individualizadas que se acentuam as relações de gênero nos jogos online do ClickJogos, de modo a colocar uma forma padronizada masculina predeterminada como essência e as formas femininas como desdobramentos adornados pelas adições das formas, diferenciações cromáticas e associações tipográficas.

Deste modo, os jogos online podem ser janelas para novas visualizações em relação a antigas imagens das mulheres como pertencentes a um estatuto oficial de feminilidade pautado apenas na maternidade, como esteio familiar emocional ou peça de figurino de beleza estética corporal. Através de suas imagens pictóricas e modos de jogos, eles podem funcionar como dispositivos sociais capazes de abrir espaços que possibilitam tornar as mulheres mais visíveis socialmente, sobremaneira nas mídias digitais. Podem abrir possibilidades no sentido de mostrar às meninas e meninos e, portanto, modificar pensamentos e visões das próximas gerações, sobre as condições das mulheres e funcionar como atualizadores contemporâneos. Nivelar as condições das mulheres, que ainda estão fortemente atadas a separações fortemente marcadas entre uma naturalização originária de mães e esposas, marcadamente distintiva como virtudes das esferas privadas, e as características destas mesmas mulheres e sua presença na esfera pública.

O presente trabalho mostra que os jogos online infantis podem ser um conveniente instrumento pedagógico no sentido de mostrar novas possibilidades de práticas sociais de mulheres e homens, com base nas práticas das igualdades que devem estar no cotidiano social. Estes jogos podem mostrar discursos e imagens em benefício destas visualizações, principalmente no sentido de valorizar a imagem das mulheres de forma, também, a não depreciar as imagens das masculinidades.

É claro que há limitações de territórios virtuais e tipos de artefatos nesta averiguação acadêmica, mas é importante deixar explícito que ela ainda não tem a pretensão de ser um documento fechado e encerrado em si. Considero esta investigação como ponto de partida para outros interesses e reflexões acadêmicas, no intuito de continuar o modo de interdisciplinaridade como fio condutor metodológico, na busca de novas descobertas acerca da conjuntura das imagens dos jogos digitais infantis. Deste modo, é fundamental situar a sociedade, principalmente pais e responsáveis, sobre as condições generificadas em que se encontram as imagens e modos de jogo nesta categoria de entretenimento.

Para realização de tais empreendimentos, muitos questionamentos devem continuar a serem examinados, os quais esta pesquisa não dá conta, inclusive aqueles que põem à prova as supostas certezas das conclusões desta tese. Alguns exemplos podem ser listados aqui como, se há a constatação da generificação de determinadas imagens nos jogos online infantis, as crianças são capazes de detectar isto durante o uso das ações dentro dos jogos? Todas podem ver isso? Para responder a estes questionamentos, muitas outras áreas do conhecimento são pertinentes e imprescindíveis na busca de respostas mais condizentes para uma maior conscientização dos processos de interpretação dos conjuntos de linguagens presentes nesta categoria de jogo e em várias outras. Investigações que só poderão ocorrer com o auxílio dos fundamentos da psicologia, sociologia e até mesmo da pedagogia em conjunto com os conhecimentos históricos de gênero, das técnicas de criação e concepção de imagens gráficas, próprias dos estudos de Design Gráfico.

Antes mesmo da veiculação do jogo online, pode-se questionar: os projetos de game design levam em consideração os possíveis usos de gênero nas imagens? Os gamers designers são conscientes de suas próprias produções imagéticas como espetáculo midiático para seres humanos ainda em formação moral e social? São hesitações pertinentes ao auxílio de áreas de processos tecnológicos como a disciplina de informática e tecnologias da informação, com os estudos históricos de gênero, com as metodologias e processos projetuais dos jogos, com

estudos de criação artística e implicações de identificações com estas produções.

As implicações dos resultados podem envolver modificações, atualizações, reorganização e reconsiderações acerca das construções destes jogos como dispositivos sociais mais condizentes com a realidade contextual contemporânea em que vivem homens e mulheres na sociedade ocidental.

Finalmente, há a convicção de que foi cumprido o objetivo geral, que é **o de averiguar os elementos gráficos pictóricos que constituem as imagens ilustrativas dos jogos online, observando os usos de gênero contidos nelas com o intuito de constatar as maneiras de exposição das mulheres nestas imagens**, ao mostrar as configurações dos elementos que compõem as imagens dos jogos online infantis e que, frequentemente, são produzidos por pessoas adultas e consumidos crianças, que muitas vezes também produzidos por elas.

REFERÊNCIAS

ABT, C. C. **Jogos Simulados: estratégia e tomada de decisão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974.

AMARAL, C. C. G. **Relações familiares, adolescência, gênero e representações sociais de adolescente**. Campinas: Unicamp, 1997. 496 p. Tese de doutorado apresentada à Universidade Estadual de Campinas.

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **The Fundamentals of Typography**. Estados Unidos: AVA Publishing, 2006.

ANDRADE, M. M. Aspectos do Vocabulário: A Linguagem Figurada. **Acta Semiótica et Lingvistica**, v. 8, n. 1, p. 35-60, jan. 2000.

APARICI, R.; MATILLA, A. G. **Lectura de imágenes**. Edições de la Torre, 2010.

ARISTÓTELES. **Arte retórica, arte poética**. Trad. Antônio Pinto de Carvalho. São Paulo: Ediouro, 1822.

ASSUNÇÃO, M. P. **O fazer do cozinheiro**. 2008. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Disponível: em<
<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/92092>> Acesso em: 13 Setembro 2014

BACHELARD, G. **A dialética da duração**. São Paulo: Ática, 1994, p. 134.
<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/92092>

BARTHES, R. Rhétorique de l'image. **Communications**, v. 4, n. 1, p. 40-51, 1964. Disponível em:
http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1027. Acesso em: 21 Abril 2014

_____. **Image-Music-Text**. Fontana Press: London, 1977.

_____. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BARTON, R. F. **Manual de Simulação e Jogo**. Petrópolis: Vozes, 1973.

BECK, U.; BECK-GERNSHEIM, E. Generación global. **Cuadernos de Ciencias Jurídicas y Política Internacional**, Trad. Richard Gross. Madrid: Ed. Paidós Ibérica, 2013.

BELOTTI, E. G. Jogos, brinquedos e literatura infantil. In: BELOTTI, Elena Gianini, **Educação para a submissão**: o descondicionamento da mulher, Rio de Janeiro: Vozes, 1979, p. 71-88.

BENJAMIN, W. História Cultural do Brinquedo. In: **Obras Escolhidas: magia e técnica, arte e política**. Trad. Sérgio Paulo Rouanet, Ed. Brasiliense, 1996.

_____. **Reflexões**: a criança, o brinquedo e a educação. Trad. Marcus Vinicius Mazzari, São Paulo: Summus Editorial, 1984.

BENJAMIN, Walter. Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação, trad. **Marcus Vinicius Mazzari, São Paulo: Summus Editorial**, 1984.

BENJAMIN, Walter. **Reflexões sobre a criança, o brinquedo ea educação**. Duas Cidades/Editora 34, 2004.

BENTO, B. Na escola se aprende que a diferença faz a diferença. **Estudos Feministas**, v. 19, n. 2, p. 548-559, Maio-Agosto, 2011.

BERGAMO, A. Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda. **Caderno Pagu**, Campinas, n. 22, p. 83-113, Junho, 2004.

BONFIM, G. A. **Idéias e formas na história do design**. João Pessoa: UFPB, 1998.

BORDO, S. A feminista como o Outro. **Estudos Feministas**, v. 8, n. 1, p. 10, Janeiro, 2000.

BORGES, A. R. **A propaganda na vazante da "infomaré"**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais**. Intercom, 2005. CD-ROM.

BOTTON, M.; CEGARRA, J.J. **Le Nom de la Marque**: Creations et Strategies de Marques. Paris. McGraw-Hill, 1990.

BOURDIEU, P. A dominação masculina. In: **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

BROUGÈRE, G. **Le jouet ou la production de l'enfance la travers du jouet industriel**. Paris: VIII, v. I. these 3ème cycle, UER d'ethnologie, 1981.

_____. Jeu et education. **Le jeu dans la pédagogie prescolaire depuis le Romantisme**. Thèse pour le Doctorat d'Etat ès Lettres et Sciences Humaines. Paris, Université Paris V, v. I. e II, 1993.

_____. **Brinquedo e Cultura**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1997.

BUTLER, J. **Cuerpos que importan**: sobre los límites materiales y discursivos del "sexo". Buenos Aires: Paidós, 2002.

_____. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 2. ed, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo**: a experiência vivida. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BAINES, P.; HASTAM, A. **Type & typography**. 2nd ed. London: Laurence King, 2005.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens**: a máscara e a vertigem. Lisboa: Cotovia, 1990.

CAIROLI, P. A criança e o brincar na contemporaneidade. **Revista de Psicologia da IMED**, Passo Fundo, v. 6, n. 2, p. 340-348, Julho-Dezembro, 2010.

CAMPOS, L. F. L., YUKUMITSU, M. T. C., FONTEALBA, L. H. ;

BOMTEMPO, E. Videogame: um estudo sobre as preferências de um grupo de crianças e adolescentes. **Estudos de Psicologia**, v.11, n.3, p. 65-72. Setembro-Dezembro, 1994.

CARVALHO, A. M. A. Interação social e brinquedo. REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE DE PSICOLOGIA DE RIBEIRÃO PRETO, 11., 1981, Ribeirão Preto. **Anais**. Ribeirão Preto, SP, 1981.

CARVALHO, A.; BERALDO, K.; SANTOS, F.; ORTEGA, R. Brincadeiras de menino, brincadeiras de menina. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 13, n. 1-4, p. 30-33, Abril, 1993.

CARVALHO, V. C. **Gênero e Artefato**: o sistema doméstico na perspectivada cultura material – São Paulo, 1870-1920. São Paulo: EdUSP/Fapesp, 2008, p. 181.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHANTER, Tina. **Gênero: conceitos-chave em filosofia**. Trad. Vinicius Figueira. Porto Alegre: Artmed, 2011.

CHARTIER, R. O mundo como representação. **Estudos avançados**, v. 5, n. 11, p. 173-191, Janeiro-Abril, 1991.

CHIES, P. V. Identidade de gênero e identidade profissional no campo de trabalho. **Revista Estudos Feministas**, v. 18, n. 2, p. 507-528, Maio-Agosto, 2010.

CHRISTIE, J. F. Programme de jeux pour les structures prescolaires et caous primaires. In: **L'éducation par le jeu et l'environnement**, n. 44, p 3-6, 1991.

CLICKJOGOS. **Goodgame Café**. ClickJogos. 2014. Disponível em: < <http://clickjogos.uol.com.br/Jogos-online/Meninas/Goodgame-cafe/> >. Acesso em: 12 mai. 2014.

COCKBURN, C. **Machinery of dominance: Women, men, and technical know-how**, Pluto Press, London. 1985.

COELHO, P. F. As Narrativas Multissequências e as transnarrativas midiáticas encontradas nos games e nos advergames. **Revista GEMInIS**, ano. 2, n. 2, p. 167-179, Julho-Dezembro, 2011.

COLLIER, S. J. Topologias de poder: a análise de Foucault sobre o governo político para além da "governamentalidade". **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 5, p. 245-284, 2011.

COREA, G.; KLEIN, R. D.; HANMER, J.; HOLMES, H. B.; et. al. **Man-made women: How new reproductive technologies affect women..** London: Hutchinson. 1985. v. 10

COSTA, I. B. A retórica como ferramenta de leitura. **Revista de Letras**, ano 13, n. 11, p. 51-64, dez. 2009. Disponível em: http://www.dacex.ct.utfpr.edu.br/11_iara_costa.htm. Acesso em 13 jul. 20014.

COSTA, J.F. **A Face e o Verso: estudos sobre o homoerostimo II.** São Paulo: Escuta. 1995.

COTRIM, G. S.; BICHARA, I. D.. O Brincar no Ambiente Urbano: Limites e Possibilidades em Ruas e Parquinhos de uma Metrópole. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 26, n. 2, p. 388-395, 2013.

COUTINHO, S. **Breve passeio sobre o estudo da linguagem gráfica.** Notas de aula 2003. Disponível em; , http://www.rodrigomedeiros.com.br/pos/download/Introducao_a_Linguagem_Grafica_2008_aula_2.doc.. Acesso em: 04 mai. 2014.

CYPRIANO, B. Construções do pensamento feminista latino feminista latino-americano-americano. **Estudos Feministas**, v. 21, n. 1, p. 11-39, 2013.

DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da Comunicação de Massa.** 5. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DENEGRI, M. & LINAZA, J. L. **Los juegos de reglas: estudio descriptivo de sus manifestaciones en niños urbanos y rurales de la region de la Araucania-Chile.** (Manuscrito não-publicado). Madrid: Universidad de la Frontera e Universidad Autónoma de Madrid, s. d.

DOBRANSZKY, E. A . Memória e imagem na retórica e na poesia da Renascença. **Horizontes**, v . 23, n. 1, p. 7-17, jan./jun . 2005. Disponível em: <http://webp.usf.edu.br/edusf/publicacoes/RevistaHorizontes/Volume_03/uploadAddress/horizontes-2%5B6215%5D.pdf> Acesso em: 10 jul. 2014.

DOS REIS, A. R. G. **Do Segundo Sexo à Segunda Onda**. Salvador: UFBA, 208. 143 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia e Ciências Humanas) - Programa de Pós-Graduação em Estudos Interdisciplinares sobre Mulheres, Gênero e Feminismo do Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre a Mulher, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

DUL, J.; WEERDMEESTER, B. **Ergonomia Prática**. São Paulo: Edgard Blüchhher, 1995.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

DURAND, J. Retórica e Imagem Publicitária. In: METZ, Christian. **A Análise das Imagens**. Petrópolis: Vozes, 1974.

DWECK, D. O faz-de-conta das bonecas virtuais. **Veja**, 28, p. 92-93.2007.

ECK, R. V. **Digital Game-Based Learning: It's Not Just the Digital Natives Who Are Restless....** **Educause Review**, v. 41, n. 2, p. 16-30, mar. 2006. Disponível em <<http://edergbl.pbworks.com/w/file/fetch/47991237/digital%20game%20based%20learning%202006.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2013.

FAGOT, B. I. **Beyond the reinforcement principle: another step toward understanding sex role development**. *Developmental Psychology*, 1985, 21, 1097-1104.

FARINA, M.; PERES, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 4.ed. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 1990.

FAULKNER, W. The technology question in feminism: a view from feminist technology studies. **Women's studies International Forum**. v. 24, n. 1. 2001.

FLANDRIN, Jean-Louis. **Le sexe et l'Occident. Evolution des attitudes et des comportements**. Paris: Seuil, 1981.

FONTANILLE, J. **Significação e visualidade: exercícios práticos**. Porto Alegre: Sulina. 2005.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**. Petrópolis, Vozes, 1977.

_____. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. Trad. Salma T. Muchal. 1990.

_____. O sujeito e o poder. In: DREYFUSS, H.; RABINOW, P. **Uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense, 1995.

_____. Do governo dos vivos. In: FOUCAULT, M. **Resumo dos cursos do Collège de France**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. **Microfísica do poder**. 4. ed. Rio de Janeiro, Graal, 2001.

_____. **História da Sexualidade I: a vontade de saber**. São Paulo: Graal, 2005.

FRIEDERICH, M. C. **Corpos escritos na internet: Representações do corpo em blogs**. Fazendo Gênero, v. 8, Julho, 2008.

FRIEDAN, B. **Mística feminina**. Petrópolis: Vozes, 1971. Disponível em <<http://brasil.indymedia.org/media/2007/02//374147.pdf>>. Acesso em: 03 mai. 2013.

FRASER, T.; BANKS, A. **O guia completo da cor**. São Paulo: Senac, 2007.

GABLER, N. **Life, the movie**. New York: Radom House, 1998.

GIRARDELLO, G. **A imaginação Infantil e as histórias da TV**. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/9225>>

4446115745002182170976832725421784.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2014.

GLASER, M. An Interview with Milton Glaser. New York, v. 8, n. 12. **Metropolis Magazine**: Agosto/Setembro, 2003. Entrevista concedida a Martin Pederson.

GOBBI, M. A. **Lápis vermelho é de mulherzinha: Desenho infantil, relações de gênero e educação infantil**. (Dissertação de mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Unicamp. Campinas, 1996.

GOELLNER, S. V. Lazer e gênero: considerações iniciais a partir da experiência do Programa Esporte e Lazer da Cidade. In: FRAGA, A. B. **Políticas de lazer e saúde em espaços urbanos**. Porto Alegre, Gênese, 2009. p. 53 - 61.

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2000.

GOSSO, Y.; MORAIS, M. de L. S.; OTTA, E. Pivôs utilizados nas brincadeiras de faz-de-conta de crianças brasileiras de cinco grupos culturais. **Estudos de Psicologia**, v. 11, n. 1, p. 17-24, Março, 2006.

GRAU, O. **Arte visual: da ilusão à imersão**. São Paulo: UNESP; SENAC, 2007.

GREBIN, B. Z. A Importância Econômica das Novas Mídias nas Indústrias Criativas: Um Esforço Exploratório a Partir do Relatório Creative Economy UNCTAD 2010. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 25., 2012, Fortaleza, CE. **Anais**. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0538-1.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2014.

GREENFIELD, Patrícia Marks. **O desenvolvimento do raciocínio na era da eletrônica**: os efeitos da TV, dos computadores e videogames. São Paulo: Summus, 1988.

GROSSI, M. P.; LAGO, M. de S.; RIAL, C. Relações sociais de sexo e relações de gênero: entrevista com Michéle Ferrand. In. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13. n. 3, p. 677- 689, set-dez, 2005

GRUSZYNSKI, A. C. Design Gráfico, Tecnologia e Mediação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 22., 1999, Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro: Universidade Gama Filho, 1999. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br>>. Acesso em: 02 Jun. 2014.

GUIMARÃES, D.; LEITE, M. I. Pensando a Educação (Infantil) a partir de autores italianos: uma resenha crítica da bibliografia traduzida para o português. **Revista EducAção**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 43, maio, 1999

HALL, S. **A identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Porto Alegre: DP&A, 2006.

HAHNER, J. E. **A mulher brasileira e suas lutas sociais e políticas: 1850-1937**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

HARAWAY, D. J. Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX (1985). **Antropologia do Ciborgue** – as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

HELLER, E. **A Psicologia das Cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Garamond, 2012.

HELLER, S.; DRENNAN, D. **The digital designer: the graphic artist's guide to the new media**. Watson-Guptill Publications, Inc., 1997. Disponível em: <papers/xxii-ci/gt05/05g12.PDF>. Acesso em: 19 out. 2013.

HENRIOT, J. **Le jeu**. Paris, Symonyme, SOR, 1983.

_____. **Sous Couleur de jouer - Lá métaphore ludique**. Paris, José Corti, 1989.

HENWOOD, F. Exceptional Women? Gender and Technology in UK higher education. **IEEE Technology and Society Magazine**. Winter 1999/2000.

HIRATA, Helena et al. **Dictionnaire critique Du féminisme**. Paris: Presses Universitaires de France, 2000, p.125-30.

HOFF, M. S.; WECHSLER, S. M. A prática de jogos computadorizados em um grupo de adolescentes. **Estudos de Psicologia**, v. 19, n. 2, p. 59-77, 2002.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture**. [S.l.]: Beacon Press, 1971.

IRIGARAY, L. **Ce Sexe qui n'en est pás un**. Paris: Minuit, 1977.

JOBIM E SOUZA, S. **Infância e linguagem: Bakhtin, Vygotsky e Benjamin**. São Paulo: Papirus, 1994.

JOHNSON, R. R. **User-centered technology: A rhetorical theory for computers and other mundane artifacts**. SUNY Press, 1998.

JOLY, M.. **Introdução à Análise da Imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

JUNIOR, W. A.; KISHIMOTO, T. M. Uso de games por crianças: virtualidade e simulação no espaço lúdico. **Anais**, v. 1, n. 1, 2012.

KAFAI, B.; HEETER, C.; DENNER, J.; SUN, J. Y. Preface: Pink, Purple, Casual, or Mainstream Games: Moving Beyond the Gender Divide. In: **Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming**. Yasmin B. Kafai, Carrie Heeter, Jill Denner, and Jennifer Y. Sun, eds. Pp.xi-xxv. Cambridge: MIT Press, 2011.

KELLER, Evelyn Fox. **Reflections on Gender and Science**. **New Haven, Conn.**: Yale, 1985.

KELLER, Kevin Lane. **Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity**, 2a. Edição, Prentice- Hall, Upper Saddle River, NJ, p. Hall. 2003.

KIRKCALDY, B. **Gender and personality determinants of recreational interests**. **Studia Psychologica**, v. 32, n. 1-2, 1990.

KISHIMOTO, T. M. (org.). **Jogo, Brinquedo, Brincadeira e a Educação**. São Paulo: Cortez, 1996.

KORPELA, K. Children's environment. In: BECHTEL, R. B.; CHURCHMAN, A. **Hand-book of environmental psychology**. New York: John Wiley & Sons, 2001. p. 363-373.

LACLAU, E. **New reflections on the revolution of our time**. Londres: Verso, 1990.

LAQUEUR, T. **Inventando o Sexo: corpo e gênero dos gregos a Freud**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

LAURETIS, T. **A tecnologia do gênero**. Indiana: University Press, 1987.

LEITE, M. I. F. P. Brincadeiras de menina na escola e na rua: reflexões da pesquisa no campo. **Cad Cedes**, v. 22, n. 56, p. 63-80, 2002.

LEITE, M. M. Conformados e rebeldes. In: **OUTRA face do feminismo: Maria Lacerda de Moura**. São Paulo, Ática, 1984, p. 47 a 123.

LEVITT, T. **Marketing Success through Differentiation of Anything**. Harvard Business Review, p. 83-91. Janeiro-Fevereiro, 1980

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1997.

LOPES, D. Q. **Civilização e processo**: Lógicas de permanência e acúmulo em jogo de simulação. Porto Alegre, 2000. (Dissertação de mestrado) – Instituto de Psicologia da UFRGS. 2000;

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

LUHMANN, N. **A realidade dos meios de comunicação**. Trad. Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005.

LUZ, G. M.; RAYMUNDO, L. S.; KUHNEN, A. Uso dos espaços urbanos pelas crianças: uma revisão. **Psicologia: teoria e prática**, v. 12, n. 3, p. 172-184, 2010.

MALLOY, J. **Women, Art & Technology**. Massachusetts: MIT Press, 2003.

MARGOLIN, V. *The experience of products*. In: MARGOLIN, Victor. **The Politics of The Artificial**: essays on design and design studies. USA, Chicago: The University of Chicago Press, 2002, p. 38-59.

MARGOLIS, J., A. FISCHER. **Unlocking the clubhouse**: Women in computing, The MIT Press, Cambridge McClintock. New York, W.H. Freeman and Company, 1983.

MARTIN, M. **The Culture of the Telephone**. A hopkins, 1998
Sex/Machine. Readings in Culture, Gender and Technology. Indiana: Indiana University press. 1991.

MEIRA, A.M. *Benjamin, os brinquedos e a infância contemporânea*. **Psicologia & Sociedade**, v. 15, n. 2, p. 74-87, Julho-Dezembro, 2003.

MENDES, C. L. **Jogos eletrônicos**: diversão, poder e subjetivação. Campinas, SP: Papirus Editora, 2006.

MEGGS, P. B. **Type and image**: The language of graphic design. New York: John Wiley & Sons, 1992.

MIGUEL, R. B.; RIAL, C. Programa de mulher. **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: contexto, 2012. p. 148-168.

MISKOLCI, R. A Teoria Queer e a Sociologia: o desafio de uma analítica da normalização. **Sociologias**, n. 21, p. 150-182, Janeiro-Junho, 2009.

MOHANTY, C. T. Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses. **Feminist Review**, n. 30, p. 51-79, Outubro, 1988.

MORA, J. F. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Edições Loyola, 2001. v.4

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MUNIZ, S. T. G. A nova métrica baseada em valor: uma resposta aos antagonismos e conflitos de interesse na empresa moderna.
ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO:

A engenharia de produção e o desenvolvimento sustentável: integrando tecnologia e gestão, 29., 2009, Salvador, BA, Brasil, **Anais**. Salvador, BA, Brasil, 2009. Disponível em: < http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2009_TN_STO_093_631_14424.pdf.> Acesso em: 06 jun. 2014.

NAVAZ, M. G.; KOLLER, S. H. Famílias e patriarcado: da prescrição normativa à subversão criativa. **Revista Psicologia e Sociedade**, n. 18, p. 49-55, Janeiro-Abril, 2006.

NICHOLSON, L. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.8, n.2, p.9-42, 2000.

NIELSEN, J. **Designing web usability**. Indianapolis: News Riders Publishing, 2000.

NIELSEN, J.; TAHIR, M. **Homepage**: usabilidade - 50 websites desconstruídos. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

NIELSEN, J.; LORANGER, H. **Usabilidade na Web**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

NIEMEYER, L. **Tipografia**: uma apresentação. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2006. 94 p.

ORLANDINI, R. Maria Edna de Melo: O aumento da obesidade em crianças tem sido crescente e pode antecipar doenças. Para enfrentar esse quadro os pequenos devem ter modelos de alimentação mais saudável e estímulo à prática de exercícios. **Com Ciência**. Campinas, n. 145, Fevereiro, 2013 . Disponível em: <http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542013000100014&lng=es&nrm=iso>. Acesso em 07 Jun. 2014. ENTREVISTA

ORTEGA, A. C.; CAVARRA, C. C.; ROSA, L. I.; et al. **Tipificação e estereotipia da preferência lúdica: aspectos psicogenéticos e psicossociais**. (Manuscrito não-publicado). Vitória, ES: Universidade Federal do Espírito Santo, 1999.

PARKER, R. G. **Corpos, prazeres e paixões**: a cultura sexual no Brasil contemporâneo. São Paulo: Best-Seller/Abril Cultural. 1991.

PATEL, U; MATLOW; E. *What have science, design and technology got to do with gender: a conversation between Uma Patel and Erica Matlow*. In: Cutting Edge (ed) **Desire by Design. Body, territories and New Technologies**. London: IB Tauris. 1999.

PEARROW, M. **Web site usability handbook**. Massachusetts: Charles River Media, 2000, 350 p.

PEDRO, J. M.. Traduzindo o debate: o uso da categoria gênero na pesquisa histórica. **História**, v.24, n.1, p.77-98, Janeiro-Junho, 2005.

_____. *Narrativas fundadoras do feminismo: poderes e conflitos (1970-1978)*. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo , v. 26, n. 52, Dec. 2006 . Acesso em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882006000200011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 14 abr. 2014.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação e retórica**. 1996.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. O espaço da Interface.
In: COUTINHO, Iluska. **Comunicação: tecnologia e identidade**. Mauad Editora Ltda, 2007.

PERROT, M. **Sair**. In: FRAISSE, Geneviève; PERROT, Michelle. **História das mulheres no Ocidente**. O século XIX. Trad. M. H. da C. Coelho et. al. Porto: Afrontamento, 1994. p.503-559.

PIRES, P. R. Recordações do Futuro. **Veredas**, ano 7, n. 76, abr., p. 8-12. 2002.

POMBO, M. F. T. De lo bello de las cosas. Materialies para una estética del diseño. In: CALVERA, A. (ed.). **Arte? Diseño**. Editora Gustavo Gili: Barcelona, 2007.

POMBO, M. F. T. **Corporeidade e Transcendência. Ensaio sobre o pensamento de Maurice Merleau-Ponty e Gabriel Marcel**. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (Tese de Mestrado): 1992.

PRONOVOST, G. **Introdução à sociologia do lazer**. São Paulo: Senac, 2011.

PROVENZO JR. E. Los juegos de vídeo y El surgimiento de médios interativos para los niños. In: PROVENZO JR. E. **Cultura Infantil y multinacionales**. Morata. Madri. 1997.

PYLRO, S. C.; ROSSETTI, C. B. Atividades lúdicas, gênero e vida adulta. **Psico-USF**, v. 10, n. 1, p. 77-86, 2005.

QUENTAL, J. **A ilustração enquanto processo e pensamento. Autoria e interpretação**. Tese de Doutorado [em linha], Aveiro: Universidade de Aveiro, 2009. Disponível em <http://ria.ua.pt/handle/10773/3617>. Acesso em: 17 mai. 2014.

RAFFAELLI, R. Imagem e self em Plotino e Jung: confluências. **Estud. psicol. (Campinas)**, Campinas , v. 19, n. 1, Apr. 2002 . Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-166X2002000100003&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em: 27 nov. 2014.

RAMALHO E OLIVEIRA. S. R. **Imagem também se lê**. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

REBOUL, O. **Introdução à retórica**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

RUIZ, R. O. **El juego infantil y la construcción social del conocimiento**. Sevilla: Editora Alfar, 1992.

SAFFIOTI, H. I.B.. Contribuições feministas para o estudo da violência de gênero. **Cad. Pagu**, Campinas , n. 16, 2001 .

SANTOS, M. R. **O design pop no Brasil dos anos 1970: domesticidades e relações de gênero** na revista Casa & Jardim. 2010. 307 p. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) – Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina. 26 Mar. 2010. Florianópolis.

_____. Design e Gênero. **Revista Clichê**. Curitiba. 04 nov. 2013. Entrevista concedida a Aline Pimentel. Disponível em: <http://www.revistacliche.com.br/exp/design-e-genero-marines-ribeiro/>. Acesso em: 05 abr. 2014.

SARKEESIAN, A. **Damsel in Distress: Part 1-Tropes vs Women in Video Games**. Online video. YouTube, v. 7, 2013. Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q >. Acesso em: 22 Jul. 2014.

SARTI, R. Melhor o cozinheiro? Um percurso sobre a dimensão de gênero da preparação da comida (Europa ocidental, séculos XVI-XIX). **Cad. Pagu**, Campinas, n. 39, Dec. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332012000200004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 10 Set. 2014.

SAUSSURE, F. de. **Curso de linguística geral**. Editora Cultrix, 2008.

SCHLESENER, A. H. Educação e infância em alguns escritos de Walter Benjamin. **Paidéia**, v. 21, n. 48, p. 129-135, 2011.

SCOTT, J. W. **Gender and the politics of history**. New York: Columbia University Press, 1988.

_____. **Gênero: uma categoria de análise histórica**. Educação e Realidade, Porto Alegre, v.16, n.2, p.5- 22, jul/dez., 1990.

SERELLE, M. Uma outra república do entretenimento. **Rumores-Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias**, v. 4, n. 2, Julho-Dezembro2010.

SILVA, J. F. L.; COUTINHO, Solange Galvão. **Esquemas gráficos para informar: a linguagem gráfica esquemática na produção e utilização de livros didáticos infantis na cidade do Recife**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9., 2010. Anais. São Paulo, 2010. <Disponível em < <http://blogs.anhembibr.com/congressodesign/anais/artigos/67051.pdf> >. Acesso em: 03 abr. 2014.

SILVA, S. G. Masculinidade na história: a construção cultural da diferença entre os sexos. **Psicol. cienc. prof.**, Brasília, v. 20, n. 3, p. ,

Setembro, 2000 . Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-989320000003000003

&lng=en&nrm=iso>.. Acesso em 16 Jan. 2014.

SOUZA, F. **Menina não entra: um estudo da segregação sexual na interação lúdica de crianças de 8 e 9 anos.** (Dissertação de Mestrado). Vitória, ES: Universidade Federal do Espírito Santo. 2000.

SPIEKERMANN, E. **A linguagem invisível da tipografia:** escolher, compinar e expressão com tipos. Tradução: Luciano Cardinali, São Paulo: Blucher, 2011.

SUDJIC, D. **A Linguagem das Coisas.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010. 224p.

STAM, R. **Introdução à teoria do cinema.** Campinas, SP: Brasil, 2003.

STOLCKE, V. La mujer es puro cuento: la cultura del género. **Revista Estudos Feministas**, v.12, n.2, Maio-Agosto, 2004.

SVENINGSSON, M.; SUNDEN; J. **Cyberfeminism in Northern Lights: Digital Media and Gender in a Nordic Context.** Cambridge: Cambridge Scholars Publishing. 2007.

TEGA, D. **Mulheres em Foco:** Construções cinematográficas brasileiras de participação política feminina. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

TELES, M. L. S. **Socorro! é proibido brincar.** Petrópolis: Vozes, 1999.

TONDREAU, B. **Principios fundamentales de composición.** Barcelona: Blume. 2009.

TURKLE, S. **A vida no ecrã:** a identidade na era da Internet. Lisboa: Relógio D'água, 1997.

TWYMAN, M. A schema for the study of graphic language (tutorial paper). In: **Processing of visible language.** Springer US. p. 117-150, 1979

VERGÉS BOSCH, N. **Teorías feministas de la tecnología: evolución y principales debates.** 2013.

VIEIRA, E. Mundo virtual, dinheiro real. **Revista Época**, São Paulo, ed. Globo, n.415: 56-57, jun. 2006.

VITTA, M. **El sistema de las imágenes: Estética de las representaciones cotidianas.** Paidós: Barcelona, 2003.

VNSMatrix. **The Cyberfeminist Manifesto for the 21st Century.** 1991. Disponível em: <<http://www.sysx.org/gashgirl/VNS/TEXT/PINKMANI.HTM>>. Acesso em: 09 mai. 2014.

VYGOTSKY, L. S. **A formação social da mente.** São Paulo: Martins Fontes. 1994.

WAJCMAN, J. **El tecnofeminismo.** Madrid. Ediciones Cátedra. 2004.

_____. Feminist Theories of Technology. **Cambridge Journal of Economics**, 34 (1). 2010.<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/92092>

WILLS, P. **O uso da cor no seu dia-a-dia.** São Paulo, SP, Editora Pensamento. 1997.

WITTGENSTEIN, L. **Investigações Filosóficas.** Trad. De José Carlos Bruni, São Paulo, Abril Cultural e Industrial, 1975.

WILSON, F. Computing, computer science and computer scientists: how they are perceived. In: LANDER, R.; ADAM, A. **Social Europe: Occupational segregation of women and men in the European community supplement**, 1997.

ZAFRA, R. Netianas. **N(h)acer mujer en Internet.** L. T. Colección desórdenes. 2005.

ZELDMAN, J. **Understanding Web Design.** 2007. Disponível em: <<http://www.alistapart.com/articles/understandingwebdesign>>. Acesso em: 19 out. 2013.